



Specialeafhandling: Lov, den offentlige orden og sædelighed

Fagområde: Immaterialret
Problemformulering: Afhandlingen har til formål at undersøge indholdet af begreberne »lov«, »den offentlige orden« og »sædelighed« i varemærkeretten, og hvordan disse begreber fortolkes og anvendes. Med udgangspunkt heri undersøges det, hvorvidt og hvordan det offentlige domæne beskyttes efter varemærkelovens § 14, stk. 1, nr. 2, og varemærkeforordningens artikel 7, stk. 1, litra f, hvilke udfordringer der er forbundet hermed, og hvordan disse udfordringer bør løses med inddragelse af designdirektivet.

Navn	KU-brugernavn
Wai Keung Duong	cwh739

Vejleder: Jens Hemmingsen Schovsbo	Antal tegn: 137.176 ekskl. mellemrum
---	---

Må benyttes på Det Kongelige Bibliotek (sæt kryds).	
Må ikke benyttes på Det Kongelige Bibliotek (sæt kryds).	X

Studerende på Cand. soc i jura (sæt kryds)	
Studerende på Cand. jur (sæt kryds)	X

Afleveringsdato: 7. september 2025	Karakter:
---	------------------

Abstract

This thesis examines the absolute grounds for refusal of trade marks that are contrary to »law«, »public policy« and »accepted principles of morality« under Section 14(1)(2) of the Danish Trade Marks Act and Article 7(1)(f) of the European Trade Mark Regulation. The thesis further explores how cultural heritage, and the public domain are protected under these provisions, and discusses the challenges inherent in such protection. Possible solutions are considered in the light of the EFTA Court's decision in *Vigeland* and the new Design Directive, which has not yet been implemented in Danish law.

The thesis concludes that the concept of »law« is understood as applicable law, including legal acts, ordinances and general principles of law. The concept of »public policy« is understood as a fundamental set of normative values and goals, defined by the relevant public authority. Lastly, the concept of »accepted principles of morality« is understood fundamental moral values and standards to which a society adheres at a given time, which cannot be detected outside of social norms and context. These concepts are dynamic and open to interpretation. While the concepts differ, they overlap as well, particularly the notions of public policy and accepted principles of morality.

In practice, these absolute grounds for refusal often apply to trade marks containing vulgar, indecent or sexually suggestive elements, references to well-known tragic events, historical figures, national symbols or personalities held in high esteem, elements with a religious or sacred nexus, elements disparaging or slurring a particular group and elements of significant public interest. However, case law is inconsistent as both Danish and EU case law show a variation in their application of these absolute grounds for refusal, particular with regard to marks containing vulgar elements.

The thesis lastly concludes that the concepts of public policy and accepted principles of morality can serve to preserve the public's access to cultural heritage, as confirmed in the case of *Vigeland*. However, this approach presents several challenges. Firstly, the concepts of public policy and accepted principles of morality should only act as a last resort, while lack of distinctiveness should be the primary bar to registration of cultural heritage as trade marks. Secondly, the protection of cultural heritage should not depend on former or potential copyright protection as this approach undermines the purpose of refusing registration of cultural heritage. Lastly, the EU legislator should adopt more objective and tangible criteria for identifying cultural heritage as the open criteria set out in the Design Directive poses a risk of legal uncertainty.

2.324 tegn ekskl. mellemrum

Indholdsfortegnelse

Abstract	2
Del I. Indledning til afhandlingen	6
1. Indledning	6
1.1. Baggrund	6
1.2. Formål og problemformulering	7
1.3. Afgrænsning og terminologi	7
1.4. Metode, kilder og disposition for afhandlingen	9
2. Forholdet mellem dansk varemærkeret og EU-varemærkeret	10
2.1. Varemærkerettens todelte system	10
2.2. Danske myndigheders og domstoles afgørelser vedrørende varemærkeloven	12
2.2.1. Praksis fra EUIPO, Boards of Appeal, Retten og Domstolen	12
2.2.2. Praksis vedrørende de tidligere varemærkedirektiver og varemærkeforordninger	13
2.3. EU-myndigheders og -domstoles afgørelser vedrørende varemærkeforordningen	14
3. Forudsætninger for at stifte af varemærkebeskyttelse	14
3.1. Indledning	14
3.2. Tegn, der kan udgøre et varemærke	15
3.3. Særpræg	16
4. Varemærkebeskyttelsens indhold og varighed	17
5. Ugylldighed af registrerede varemærker som følge af oprindelige mangler	18
Del II. Nærmere om lov, den offentlige orden og sædelighed	20
6. Hensynene bag bestemmelserne om lov, den offentlige orden og sædelighed	20
6.1. Indledning	20
6.2. Hensynet til den offentlige orden og sædelighed	20
6.3. Legitimering af varemærker, som krænker visse grundlæggende værdier	21
6.4. Beskyttelse af almenheden	22
7. Begreberne »lov«, »den offentlige orden« og »sædelighed«	22
7.1. Indledning	22
7.2. Lov	23
7.2.1. Begrebet »lov«	23
7.2.2. Sammenfatning	25
7.3. Den offentlige orden	25
7.3.1. Begrebet »den offentlige orden«	25
7.3.2. Forholdet mellem lov og den offentlige orden efter dansk varemærkeret	28
7.3.3. Sammenfatning	29
7.4. Sædelighed	29
7.4.1. Begrebet »sædelighed«	30
7.4.2. Forholdet mellem den offentlige orden og sædelighed	31

7.4.3.	Forholdet mellem lov og sædelighed efter dansk varemærkeret	36
7.4.4.	Sammenfatning	37
8.	Vurderingen af, om et varemærke strider mod lov, den offentlige orden eller sædelighed....	39
8.1.	Indledning	39
8.2.	Den relevante kundekreds	39
8.2.1.	Den relevante kundekreds og vurderingen af, om et varemærke strider mod den offentlige orden eller sædelighed	39
8.2.1.1.	Den relevante kundekreds' sammensætning og opfattelse	40
8.2.1.2.	De varer og/eller tjenesteydelser, som varemærket anvendes eller søges registreret for	41
8.2.1.3.	Andre omstændigheder, der kan påvirke den relevante kundekreds' opfattelse af varemærket	42
8.2.2.	Den relevante kundekreds og vurderingen af, om et varemærke strider mod lov	44
8.3.	Vurderingstidspunktet	45
8.4.	Ytringsfriheden	47
8.4.1.	Ytringsfrihedens rolle.....	47
8.4.2.	Ytring og indgreb i ytringsfriheden.....	49
8.4.3.	Hjemmel, legitimt formål og proportionalitet	49
8.4.4.	Fortsat usikkerhed om ytringsfrihedens rolle.....	51
8.5.	Sammenfatning	52
9.	Typetilfælde	53
9.1.	Indledning	53
9.2.	Vulgære, uanstændige eller seksuelle elementer	54
9.3.	Velkendte tragiske begivenheder	59
9.4.	Historiske skikkelser, nationale symboler eller højt agtede personer	60
9.5.	Elementer med en religiøs eller hellig tilknytning	61
9.6.	Elementer, der er foragtelige, nedsættende eller forhånende over for en bestemt gruppe.....	63
9.7.	Elementer af væsentlige ordensmæssige interesser	64
9.8.	Sammenfatning	66
Del III. Særligt om beskyttelsen af det offentlige domæne		69
10.	Beskyttelsen af det offentlige domæne	69
10.1.	Indledning	69
10.2.	Vigeland-afgørelsen – hvorvidt og hvordan beskyttes det offentlige domæne?.....	69
10.2.1.	Det offentlige domæne og sædelighed	71
10.2.2.	Det offentlige domæne og den offentlige orden	72
10.3.	Vigeland-afgørelsens anvendelsesområde – er særpræg (u)tilstrækkeligt?	73
10.3.1.	Problemstillingen	73
10.3.2.	Vurdering	74
10.4.	Er tidligere ophavsretsbeskyttelse et krav?	75
10.4.1.	Problemstillingen	75
10.4.2.	Vurdering	77
10.5.	Hvad er kulturarv?.....	78

10.5.1. Problemstillingen	78
10.5.2. Vurdering	79
Del IV. Konklusion	81
11. Konklusion.....	81
Retsforskrifter m.v.	84
Afgørelser	88
Litteratur	96
Øvrige kilder	99

Del I

Indledning til afhandlingen

1. Indledning

1.1. Baggrund

Varemærker giver forbrugerne mulighed for at identificere varer og tjenesteydelsers kommercielle oprindelse og at skelne mellem forskellige virksomheder og produkter.¹ Varemærkeretten understøtter dette formål ved at give varemærkeindehaveren en eneret til at udnytte forretningskendetegnet kommercielt.

Det er imidlertid ikke usædvanligt, at erhvervsdrivende forsøger at opnå beskyttelse for varemærker, der – bevidst eller ubevidst – strider mod grundlæggende (moralske) værdier og normer. Retsordenen indrømmer da heller ikke varemærkebeskyttelse for ethvert tegn. Navnlig fastslår varemærkelovens § 14, stk. 1, nr. 2, og varemærkeforordningens artikel 7, stk. 1, litra f, at varemærker, som strider mod »lov«, »den offentlige orden« eller »sædelighed« ikke kan registreres. Disse begreber er brede og åbne for fortolkning. Selv om administrativ praksis og retspraksis giver visse retningslinjer for fortolkningen, hersker der fortsat usikkerhed om principielle spørgsmål og temaer, herunder begrebernes indhold, deres indbyrdes forhold til hinanden, og hvilke kriterier, der skal tages i betragtning ved vurderingen af, om et varemærke strider mod lov, den offentlige orden eller sædelighed.

Denne usikkerhed er blevet forstærket af EFTA-Domstolens afgørelse i sag E-5/16 (Vigeland-afgørelsen),² hvor det blev fastslået, at reglerne om den offentlige orden og sædelighed under visse omstændigheder kan begrunde et afslag på varemærkeregistring under hensyn til almenhedens adgang til kulturarven. Afgørelsen introducerede en nyfortolkning af reglerne om den offentlige orden og sædelighed, der traditionelt er blevet anvendt på blandt andet blasfemiske, racistiske, diskriminerende og krænkende varemærker. En lignende afgørelse er ikke før set i EU-varemærkesystemet eller medlemsstaternes nationale varemærkesystemer, hvilket efterlader uklarhed om flere principielle spørgsmål, herunder Vigeland-afgørelsens rækkevidde og forståelsen af begrebet kulturarv.

¹ Jf. Schovsbo, J., Rosenmeier, M., & Salung Petersen, C. (2024). *Immaterialret*, 7. udgave, side 501.

² EFTA-Domstolens dom af 6. april 2017 i sag E-5/16 (Vigeland) (flere figurmærker).

I 2024 vedtog EU-lovgiver et nyt designdirektiv, som i et vist omfang adresserer de spørgsmål, som Vigeland-afgørelsen efterlod. Direktivet er endnu ikke gennemført i dansk ret, men principperne herfra medbringer nye og brugbare perspektiver til varemærkeretten.

På denne baggrund søger afhandlingen at besvare nedenstående problemformulering.

1.2. Formål og problemformulering

Afhandlingen har til formål at undersøge indholdet af begreberne »lov«, »den offentlige orden« og »sædelighed« i varemærkeretten og hvordan disse begreber fortolkes og anvendes. Med udgangspunkt heri undersøges det, hvorvidt og hvordan det offentlige domæne beskyttes efter varemærkelovens § 14, stk. 1, nr. 2, og varemærkeforordningens artikel 7, stk. 1, litra f, hvilke udfordringer der er forbundet hermed, og hvordan disse udfordringer bør løses med inddragelse af designdirektivet.

1.3. Afgrænsning og terminologi

Begreberne lov, den offentlige orden og sædelighed optræder også inden for blandt andet patentretten, brugsmodelretten, designretten, strafferetten og politiretten. Afhandlingen vil dog alene behandle begreberne inden for varemærkeretten. Problemformuleringens anden del grænser også op til en række andre retsområder, navnlig ophavsretten og designretten. Disse retsområder inddrages kun i det omfang, det er nødvendigt for besvarelsen af problemformuleringen.

Varemærkeloven,³ varemærkedirektivet⁴ og varemærkeforordningen⁵ skelner mellem individuelle varemærker, garanti- eller certificeringsmærker og kollektivmærker.^{6 7 8} Da individuelle varemærker

³ Lovbekendtgørelse nr. 88 af 29. januar 2019 af varemærkeloven. Ved omtale af bestemmelser i lovbekendtgørelsen anvendes forkortelsen »Vml«.

⁴ Direktiv 2015/2436/EU af 16. december 2015 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker. Ved omtale af bestemmelser i direktivet anvendes forkortelsen »Vmd«.

⁵ Forordning 2017/1001/EU af 14. juni 2017 om EU-varemærker. Ved omtale af bestemmelser i forordningen anvendes forkortelsen »Vmf«.

⁶ Jf. Vml § 1 a, nr. 2-4, som definerer individuelle varemærker (nr. 2), garanti- eller certificeringsmærker (nr. 3) og kollektivmærker (nr. 4).

⁷ Jf. Vmd artikel 1 og 3, og artikel 27, litra og b. Artikel 1 omtaler udtrykkeligt individuelle varemærker, som defineres i artikel 3. Artikel 27, litra a og b, definerer garanti- eller certificeringsmærker (litra a) og kollektivmærker (litra b).

⁸ Jf. Vmf artikel 4, artikel 74, stk. 1, artikel 83, stk. 1, og bilag I, litra a, nr. 1-4 og 11-14. Bilag I, litra a, nr. 1-4 og 11-14, omtaler som det eneste sted i varemærkeforordningen individuelle EU-varemærker, som defineres i artikel 4. Artikel 83, stk. 1, definerer EU-garanti- eller EU-certificeringsmærker. Artikel 74, stk. 1, definerer EU-kollektivmærker.

fylder mest i dansk varemærkepraksis^{9 10} og EU-varemærkepraksis,¹¹ vil afhandlingen alene inddrage disse. Begrebet »individuel varemærke« omtales i det følgende blot som »varemærke«. I almindelig sprogbrug dækker betegnelsen varemærke typisk over individuelle varemærker,¹² og i praksis anvendes betegnelsen også i denne snævrere betydning.¹³

Efter dansk varemærkeret kan varemærkebeskyttelse stiftes ved registrering og ibrugtagning. Da de materielle betingelser for stiftelse af varemærkebeskyttelse er ens efter begge retserhvervelsesmåder,¹⁴ og da langt størstedelen af praksis vedrører registreringen af et varemærke, tager afhandlingen udgangspunkt i registreringsterminologien. Ansøgningsprocessen gennemgås dog ikke, da den ikke har materiel betydning for begrebernes indhold eller et varemærkes forenelighed med begreberne. Processen for ophævelse af et registreret varemærke som følge af oprindelige mangler omtales dog summarisk, da enkelte sager i afhandlingen vedrører denne situation. Den situation, hvor et varemærkes forenelighed med lov, den offentlige orden eller sædelighed, ændrer sig, efter varemærket er registreret, behandles ikke.

Afhandlingen inddrager Vigeland-afgørelsen og den efterfølgende afgørelse fra det norske Klagenemnda for industrielle rettigheter,¹⁵ af hensyn til besvarelsen af problemformuleringen. Øvrig fremmed ret inddrages ikke. Afhandlingen fokuserer derudover alene på den materielle kulturarv. Beskyttelsen af traditionel viden og anden immateriel kulturarv behandles derfor ikke i afhandlingen.¹⁶

Forholdet mellem varemærkeretten og ytringsfriheden er et bredt emne. Af pladsmæssige hensyn behandler afhandlingen alene tretrinstesten som en mulig teori til ytringsfrihedens rolle ved anvendelsen af Vml § 14, stk. 1, nr. 2, og Vmf artikel 7, stk. 1, litra f.

Endelig er gennemgangen af praksis i afhandlingen af pladsmæssige hensyn ikke udtømmende. Praksis er således udvalgt ud fra deres relevans for problemformuleringen.

⁹ Jf. Bilag I. Patent- og Varemærkestyrelsen. (2024). *Ansøgninger hos Patent- og Varemærkestyrelsen*. I 2024 blev der indgivet 2.171 ansøgninger om registrering af varemærker. Heraf vedrørte 2.147 (98,89 %) individuelle varemærker, 5 (0,02 %) garanti- eller certificeringsmærker og 19 (0,88 %) kollektivmærker.

¹⁰ U 2003.537 H og U 2013.1856 SH, som er de eneste trykte domme vedrørende den nugældende Vml § 14, stk. 1, nr. 2, omhandler begge individuelle varemærker.

¹¹ Jf. European Union Intellectual Property Office. (2025). *Statistics for European Union Trade Marks*, august 2025, side 15. I 2024 blev der indgivet 180.497 ansøgninger om registrering af EU-varemærker. Heraf vedrørte 180.331 (99,91 %) individuelle EU-varemærker, 92 (0,05 %) EU-garanti- eller EU-certificeringsmærker og 74 (0,04 %) EU-kollektivmærker.

¹² Jf. Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 61.

¹³ Eksempelvis udtalte Højesteret i U 2003.537 H følgende om et individuelt varemærke: »Registreringen af »beton-apoteket« som varemærke omfatter hærdemidler og cementmørtel til reparation og beskyttelse af beton.«

¹⁴ Jf. Vml § 3, stk. 3, 1. pkt.

¹⁵ Klagenemnda for industrielle rettigheters afgørelse af 13. november 2017 i de forenede sager 16/00148, 16/00149, 16/00150, 16/00151, 16/00153 og 16/00154 (Vigeland) (flere figurmærker).

¹⁶ Se Schovsbo, J. H., Porsdam, H., & Riis, T. (2024). *Den immaterielle beskyttelse af den materielle kulturarv*, side 91.

1.4. Metode, kilder og disposition for afhandlingen¹⁷

Afhandlingens del I har til formål at skabe fundamentet for afhandlingen. I afsnit 1 redegøres der for afhandlingens baggrund, problemformulering, afgrænsning og terminologi, metode- og kildemæssige overvejelser og disposition. Det er fundet formålstjenligt at behandle forholdet mellem dansk varemærkeret og EU-varemærkeret i et særskilt afsnit, selv om dette kategorisk hører under kildemæssige overvejelser. I afsnit 2 redegøres der derfor for forholdet mellem varemærkeloven, varemærkedirektivet og varemærkeforordningen samt tilhørende praksis. I afsnit 3-5 beskrives det varemærkeretlige system i overordnede træk, herunder betingelserne for at erhverve varemærkebeskyttelse. I denne del af afhandlingen anvendes den retsdogmatiske metode, *de lege lata*. Hensigten er således at beskrive, fortolke og systematisere gældende ret på en overskuelig måde.¹⁸

Del II har til formål at undersøge indholdet af begreberne »lov«, »den offentlige orden« og »sædelighed«, og hvordan begreberne fortolkes og anvendes. Også her anvendes den retsdogmatiske metode. I afsnit 6 behandles reglernes formål, den kritik formålene har været genstand for samt de væsentligste modargumenter. Hensigten bag afsnittet er ikke at være retspolitisk, om end afsnittet grænser op til sådanne overvejelser. I afsnit 7 undersøges indholdet af de tre begreber og deres indbyrdes forhold til hinanden. I den forbindelse inddrages forslag til afgørelser fra generaladvokaterne. Selv om deres retskildeværdi afhænger af, om de (delvist) tages til følge, kan de fortsat indeholde juridiske argumenter, der kan have betydning for fastlæggelsen af gældende ret.¹⁹ I afsnit 8 undersøges, hvordan vurderingen af, om et varemærke strider mod lov, den offentlige orden eller sædelighed, foretages, herunder hvilken rolle ytringsfriheden spiller, hvilket dog fortsat er uafklaret. I afsnit 9 gennemgås en række typetilfælde, der illustrerer, hvordan reglerne om lov, den offentlige orden og sædelighed almindeligvis anvendes.

Del III har til formål at undersøge, hvorvidt og hvordan det offentlige domæne beskyttes efter reglerne om den offentlige orden og sædelighed, hvilke udfordringer der er forbundet hermed, og hvordan disse udfordringer bør løses. Her anvendes den retspolitiske metode, *de lege ferenda* og *de sententia ferenda*. Hensigten er således at tage stilling til, hvordan retstilstanden bør være.²⁰ Undersøgelsen tager udgangspunkt i Vigeland-afgørelsen, som udsprang af en række præjudicielle spørgsmål fra

¹⁷ Nærværende afsnit er udarbejdet med inspiration fra Vibild Schønau, A. L. (2024). *Parodiprincippet i dansk ophavsret*, Københavns Universitet. Afhandlingens overordnede struktur er udarbejdet med inspiration fra Harboe, C. T. (2024). *Varemærkerettens afgørende offentlige hensyn*, Københavns Universitet.

¹⁸ Jf. Blume, P. (2020). *Retssystemet og juridisk metode*, 4. udgave, side 32-33 og 345, Christensen, M. J., m.fl. (2021). *De juridiske metoder – ti bud*, 1. udgave, side 23, og Evald, J. (2024). *Juridisk teori, metode og videnskab*, 3. udgave, side 198, 201 og 203-204.

¹⁹ Jf. Blume, P. (2020). *Retssystemet og juridisk metode*, 4. udgave, side 278-279.

²⁰ Jf. Blume, P. (2020). *Retssystemet og juridisk metode*, 4. udgave, side 346, Christensen, M. J., m.fl. (2021). *De juridiske metoder – ti bud*, 1. udgave, side 23 og 237, og 239-240, og Evald, J. (2024). *Juridisk teori, metode og videnskab*, 3. udgave, side 157-158.

Klagenemnda for industrielle rettigheter.²¹ Norge er ikke medlem af EU, og fremmed ret har ikke retskildestatus i dansk ret.²² Norsk varemærkeret er imidlertid harmoniseret med EU-retten gennem EØS-aftalen²³ og har derfor væsentlige ligheder med dansk varemærkeret og EU-varemærkeret. Vigeland-afgørelsens principper har derfor en betydelig interesse for dansk varemærkeret og EU-varemærkeret. Denne del inddrager desuden designdirektivet.²⁴ Direktivet er som nævnt ikke gennemført i dansk ret endnu.²⁵ Det skaber således ikke rettigheder og pligter, men dets mål er dog bindende.²⁶ Direktivet og dets stillingtagen til flere af de spørgsmål, som Vigeland-afgørelsen rejste, har derfor analog interesse i varemærkeretten.

Afhandlingen anvender løbende vejledninger, herunder navnlig European Union Intellectual Property Offices (EUIPO) Trade Mark Guidelines,²⁷ European Union Intellectual Property Networks (EUIPN) fælles praksis for varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden (CP14)²⁸ og Patent- og Varemærkestyrelsens (PV) Guidelines for varemærker.²⁹ Disse vejledninger udgør en værdifuld ramme for principperne bag fortolkningen og anvendelsen af reglerne, uanset at vejledningerne formelt set ikke er bindende.³⁰ Derudover inddrager afhandlingen juridisk litteratur for at drage nytte af de analyser og perspektiver, der præsenteres.

Endelig konkluderes der i afhandlingens del IV.

2. Forholdet mellem dansk varemærkeret og EU-varemærkeret

2.1. Varemærkerettens todelte system

Varemærkebeskyttelse i Danmark kan stiftes efter reglerne i varemærkeloven (dansk varemærkeret) og reglerne i varemærkeforordningen (EU-varemærkeret).³¹ Varemærkebeskyttelse efter varemærkeloven har alene virkning i Danmark, mens varemærkebeskyttelse efter varemærkeforordningen har

²¹ Jf. EFTA-Domstolens dom af 6. april 2017 i sag E-5/16 (Vigeland) (flere figurmærker), præmis 31.

²² Jf. Blume, P. (2020). *Retssystemet og juridisk metode*, 4. udgave, side 279.

²³ Jf. Lunde, T., Viken, M., & Berg Ørstavik, I. (2025). *Varemærkeloven – lov 26. mars 2010 nr. 8 om beskyttelse av varemerker: lovkommentar*, 1. udgave, side 19.

²⁴ Direktiv 2024/2823/EU af 23. oktober 2024 om retlig beskyttelse af design. Ved omtale af bestemmelser i direktivet anvendes forkortelsen »Dsd«.

²⁵ Se afsnit 1.1 ovenfor.

²⁶ Jf. Blume, P. (2020). *Retssystemet og juridisk metode*, 4. udgave, side 276.

²⁷ European Union Intellectual Property Office. (2025). *Trade Mark Guidelines*.

²⁸ European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*.

²⁹ Patent- og Varemærkestyrelsen. (n.d.). *Guidelines for varemærker*.

³⁰ Jf. Blume, P. (2020). *Retssystemet og juridisk metode*, 4. udgave, side 224-225.

³¹ Jf. Schovsbo, J., Rosenmeier, M., & Salung Petersen, C. (2024). *Immaterialret*, 7. udgave, side 501.

virkning i alle EU-medlemsstater.³² Der er tale om to selvstændige systemer,³³ som eksisterer både juridisk og praktisk parallelt med hinanden.³⁴ Varemærkebeskyttelse efter det ene system erstatter eller udelukker imidlertid ikke varemærkebeskyttelse efter det andet,³⁵ og det er derfor muligt at stifte varemærkebeskyttelse efter både varemærkeloven og varemærkeforordningen samtidigt.

Dansk varemærkebeskyttelse kan stiftes på følgende måder³⁶:

1. ved ansøgning og registrering hos PV,³⁷ som administrerer varemærkeloven,³⁸
2. ved designering af Danmark i henhold til en international ansøgning og registrering efter Madridprotokollen,^{39 40}
3. ved ibrugtagning her i landet, når brugen er af mere end lokalt afgrænset karakter⁴¹ og
4. ved brug i udlandet, som har medført, at varemærket er vitterlig kendt.⁴²

EU-varemærkebeskyttelse kan stiftes på følgende måder⁴³:

1. ved ansøgning og registrering hos EUIPO, som administrerer varemærkeforordningen,⁴⁴ og

³² Jf. Vmf artikel 1, stk. 2.

³³ Jf. Domstolens dom af 22. september 2011 i sag C-482/09, Budějovický Budvar, národní podnik mod Anheuser-Busch Inc., præmis 36.

³⁴ Jf. Vmd præambelbetragtning 3, Vmf præambelbetragtning 2 og Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 81.

³⁵ Jf. Bøggild, F., & Staunstrup, K. (2015). *EU-varemærkeret*, 1. udgave, side 21.

³⁶ Opregningen er taget fra Schovsbo, J., Rosenmeier, M., & Salung Petersen, C. (2024). *Immaterialret*, 7. udgave, side 508.

³⁷ Jf. Vml § 3, stk. 1, nr. 1.

³⁸ Jf. cirkulæreskrivelse nr. 9831 af 30. september 2019 om henlæggelse af visse beføjelser til Patent- og Varemærkestyrelsen pkt. 1, nr. 2, hvorefter de beføjelser, der i henhold til varemærkeloven er tillagt erhvervsministeren, udøves af Patent- og Varemærkestyrelsen.

³⁹ Jf. Vml § 3, stk. 1, nr. 2.

⁴⁰ Protokollen af 27. juni 1989 til Madrid-Arrangementet om den internationale registrering af varemærker. Madridprotokollen blev ratificeret ved bekendtgørelse nr. 89 af 12. september 1996 af Protokollen af 27. juni 1989 til Madrid-Arrangementet om den internationale registrering af varemærker (»Madrid-Protokollen (1989)«). Hovedlinjerne bag Madridarrangementet og -protokollen (Madridsystemet) er, at en (juridisk) person med basis i et nationalt ansøgt eller registreret varemærke ved en enkelt ansøgning kan opnå registrering af varemærket i de tilsluttende lande eller internationale statslige organisationer, som ansøgeren designerer, jf. Madridprotokollens artikel 2 og 3 c. Er Danmark designeret i en international ansøgning, vil PV få meddelelse herom og undersøge, om tegnet opfylder betingelserne for at blive registreret i Danmark. Tegnet vil således blive undersøgt i samme omfang, som hvis det var genstand for en ansøgning om et dansk varemærke, jf. Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 95 og 98.

⁴¹ Jf. Vml § 3, stk. 1, nr. 3.

⁴² Jf. Vml § 3, stk. 2, jf. Pkv artikel 6 b. I den engelsksprogede udgave af Pariserkonventionen anvendes termene »bis«, »ter«, »quater«, »quinqüies«, »sexies« og »septies« i nogle af artikelnummereringerne. Disse er i den danske oversættelse oversat til »b«, »c«, »d«, »e«, »f« og »g«, som tilsvarende anvendes i afhandlingen.

⁴³ Opregningen er taget fra Schovsbo, J., Rosenmeier, M., & Salung Petersen, C. (2024). *Immaterialret*, 7. udgave, side 508.

⁴⁴ Jf. Vmf artikel 151, stk. 1, litra a, jf. artikel 2, stk. 1.

2. ved designering af EU i henhold til en international ansøgning og registrering efter Madrid-protokollen.⁴⁵

Selv om der er tale om to selvstændige varemærkesystemer, indebærer det ikke, at dansk varemærket og EU-varemærket kan anskues isoleret fra hinanden.

2.2. Danske myndigheders og domstoles afgørelser vedrørende varemærkeloven

2.2.1. Praksis fra EUIPO, Boards of Appeal, Retten og Domstolen

Varemærkedirektivet – som varemærkeloven gennemfører⁴⁶ – og varemærkeforordningen bygger i det væsentlige på identiske grundprincipper.⁴⁷ Dette afspejles i, at retsakterne indeholder enslydende materielle bestemmelser, samt at Retten og Domstolen henviser til praksis vedrørende både varemærkedirektivet og varemærkeforordningen uden at skelne skarpt mellem dem, hvorved afgørelser vedrørende den ene retsakt tillægges vægt ved fortolkningen af den anden retsakt og omvendt.⁴⁸ Der består således en tæt vekselvirkning mellem fortolkningen af varemærkedirektivet og varemærkeforordningen.

Eksempelvis vedrørte sag C-173/04 P fortolkningen af den dagældende varemærkeforordning, hvor Domstolen henviste til praksis vedrørende det dagældende varemærkedirektiv.⁴⁹ Omvendt vedrørte sag C-215/14 fortolkningen af det dagældende varemærkedirektiv, hvor Domstolen henviste til praksis vedrørende den tidligere gældende varemærkeforordning.⁵⁰

Endvidere udtalte Domstolen i sag C-320/12, at de samme begreber i varemærkedirektivet – og dermed varemærkeloven – og varemærkeforordningen som udgangspunkt skal fortolkes ens.⁵¹

Det følger af princippet om EU-konform fortolkning,⁵² at danske myndigheder og domstole skal fortolke varemærkeloven i overensstemmelse med Rettens og Domstolens præjudicielle fortolkning af varemærkedirektivet. Som følge af vekselvirkningen mellem varemærkedirektivet og

⁴⁵ Jf. Vmf artikel 189, stk. 1. EU har tiltrådt Madridprotokollen, jf. Rådets afgørelse 2003/793/EF af 27. oktober 2003 om godkendelse af Det Europæiske Fællesskabs tiltrædelse af protokollen til Madrid-arrangementet om den internationale registrering af varemærker, vedtaget i Madrid den 27. juni 1989. Se fodnote 40 ovenfor, som forklarer hovedlinjerne bag Madridsystemet.

⁴⁶ Jf. lovforslag nr. L 49 af 3. oktober 2018 om ændring af varemærkeloven og forskellige andre love og om ophævelse af fællesmærkeloven, Folketingstidende 2018-19 (1. samling), tillæg A, side 17.

⁴⁷ Jf. Madsen, P. B. (2023). *Immaterielret – Mærkeret Del 3*, 8. udgave, side 232.

⁴⁸ Ibid., side 233.

⁴⁹ Jf. Domstolens dom af 12. januar 2006 i sag C-173/04 P, Deutsche SiSi-Werke GmbH & Co. Betriebs KG mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (Ståposer) (tredimensionelt varemærke), præmis 29 og 60.

⁵⁰ Jf. Domstolens dom af 16. september 2015 i sag C-215/14, Société des Produits Nestlé SA mod Cadbury UK Ltd, præmis 45 og 64.

⁵¹ Jf. Domstolens dom af 27. juni 2013 i sag C-320/12, Malaysia Dairy Industries Pte. Ltd mod Ankenævnet for Patenter og Varemærker, præmis 35.

⁵² Jf. Traktaten om den Europæiske Union (TEU) artikel 4, stk. 3, om pligten til loyalt samarbejde og Traktaten om den Europæiske Unions Funktionsmåde (TEUF) artikel 288 om direktivers forpligtende virkning.

varemærkeforordningen skal danske myndigheder og domstole imidlertid også tilstræbe, at fortolkningen af varemærkeloven harmoniserer med Rettens og Domstolens praksis vedrørende varemærkeforordningen.⁵³ Fortolkningen må dog underlægges de nødvendige modifikationer, der følger af de respektive varemærkesystemers særegenhed.⁵⁴

EUIPO administrerer som nævnt varemærkeforordningen, hvor dets Boards of Appeal (BoA) behandler klager over afgørelser truffet af EUIPO.⁵⁵ Homogeniteten mellem varemærkeloven, varemærkedirektivet og varemærkeforordningen taler ligeledes for, at danske myndigheder og domstole også tager hensyn til praksis fra EUIPO og BoA ved fortolkningen af varemærkeloven. Dette afspejles også i dansk varemærkepraksis, jf. f.eks. sag AN 2004 00043. Der må dog skelnes mellem fast praksis, som må tillægges betydelig vægt, og enkeltstående eller skønsmæssige afgørelser, som enten ikke tillægges vægt eller kun tillægges beskeden vægt.

Sag AN 2004 00043 vedrørte en klage over PV's afslag på registrering af et tegn. Under henvisning til at et lignende varemærke var registreret hos KHIM (nu EUIPO), og da der ikke forelå omstændigheder, som kunne føre til et andet resultat for Danmarks vedkommende, fandt Ankenævnet for Patenter og Varemærker (APV), at varemærket burde registreres.⁵⁶

2.2.2. *Praksis vedrørende de tidligere varemærkedirektiver og varemærkeforordninger*

Varemærkedirektivet og varemærkeforordningen er resultatet af en gradvis udvikling og revision af henholdsvis det oprindelige varemærkedirektiv af 21. december 1988 (1988-direktivet)⁵⁷ og den oprindelige varemærkeforordning af 20. december 1993 (1993-forordningen).⁵⁸ De materielle regler i begge retsakter er i det store hele forblevet uændrede gennem hele perioden.⁵⁹ Praksis vedrørende de

⁵³ Jf. Madsen, P. B. (2023). *Immaterialret – Markedsret Del 3*, 8. udgave, side 232.

⁵⁴ Ibid., side 233.

⁵⁵ Jf. Vmf artikel 70, stk. 1.

⁵⁶ Jf. Ankenævnet for Patenter og Varemærkers afgørelse af 20. september 2005 i sag AN 2004 00043 (formmærke), side 2.

⁵⁷ Direktiv 89/104/EØF af 21. december 1988 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker. 1988-direktivet blev ophævet og erstattet af direktiv 2008/95/EF af 22. oktober 2008 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker (2008-direktivet), der siden er blevet ophævet og erstattet af det gældende varemærkedirektiv.

⁵⁸ Forordning 40/94/EF af 20. december 1993 om EF-varemærker. 1993-forordningen blev ophævet og erstattet af forordning 207/2009/EF af 26. februar 2009 om EF-varemærker (2009-forordningen), der siden er blevet ophævet og erstattet af den gældende varemærkeforordning.

⁵⁹ Jf. Bøggild, F., & Staunstrup, K. (2015). *EU-varemærkeret*, 1. udgave, side 20. Ændringerne af både 2008-direktivet og 2009-forordningen har hovedsageligt vedrørt processuelle forhold, jf. Bomhard, V. von, & Mühlendahl, A. von. (2018). *Concise European Trade Mark Law*, 1. udgave, side xvi. Den væsentligste materielle ændring bestod i ophævelsen af kravet om, at et tegn skulle kunne gengives grafisk. Dette krav blev erstattet af en betingelse om, at tegnet skal kunne gengives i varemærkeregisteret på en måde, der gør det muligt for de kompetente myndigheder og offentligheden at fastslå den klare og præcise genstand for den beskyttelse, som dets indehaver indrømmes, jf. Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 60. Se afsnit 3.2 nedenfor for en kortfattet introduktion til denne betingelse.

tidligere varemærkedirektiver og -forordninger er således fortsat relevant, hvilket også afspejles i, at EUIPO, BoA, Retten og Domstolen regelmæssigt henviser til denne praksis.

Eksempelvis vedrørte sag R 1009/2024-5 en ansøgning om EU-varemærkeregistrering efter den gældende varemærkeforordning, hvor BoA blandt andet henviste til praksis vedrørende den tidligere varemærkeforordning af 26. februar 2009 (2009-forordningen).⁶⁰ Tilsvarende vedrørte sag T-683/18 fortolkningen af den gældende varemærkeforordning, hvor Retten blandt andet henviste til praksis vedrørende 2009-forordningen.⁶¹

Danske myndigheder og domstole skal således tage hensyn til praksis fra EUIPO og BoA vedrørende det gældende og de tidligere varemærkeforordninger samt praksis fra Retten og Domstolen vedrørende de gældende og de tidligere varemærkedirektiver og varemærkeforordninger.

2.3. EU-myndigheders og -domstoles afgørelser vedrørende varemærkeforordningen

EU-myndigheder og -domstole er ikke bundet af praksis fra medlemsstaternes myndigheder og domstole, når de træffer afgørelse om registrering af et EU-varemærke efter varemærkeforordningen. Domstolen udtalte imidlertid i sag C-173/04 P, at national praksis, uden at være bestemmende, kan inddrages i vurderingen af, om et EU-varemærke skal registres.⁶²

3. Forudsætninger for at stifte af varemærkebeskyttelse

3.1. Indledning

En af forudsætningerne for at stifte varemærkebeskyttelse er, at der ikke foreligger absolutte registreringshindringer, jf. Vml §§ 13 og 14 og Vmf artikel 7. Hvis sådanne hindringer foreligger, kan der ikke stiftes varemærkebeskyttelse for tegnet.⁶³

Stiftelse af varemærkebeskyttelse afhænger særligt af, om tegnet kan udgøre et varemærke og gengives på en tilstrækkelig klar og præcis måde,⁶⁴ om det har særpræg,⁶⁵ om det består af en form eller

⁶⁰ Jf. Femte Appellkammers afgørelse af 7. februar 2025 i sag R 1009/2024-5 (MAGIC PUSSY) (ordmærke), præmis 11.

⁶¹ Jf. Rettens dom af 12. december 2019 i sag T-683/18, Santa Conte mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (CANNABIS STORE AMSTERDAM) (figurmærke), præmis 29.

⁶² Jf. Domstolens dom af 12. januar 2006 i sag C-173/04 P, Deutsche SiSi-Werke GmbH & Co. Betriebs KG mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (Ståposser) (tredimensionelt varemærke), præmis 49.

⁶³ Når de relative registreringshindringer efter Vml § 15 og Vmf artikel 8 ikke omtales i det følgende, skyldes det, at sådanne hindringer kun udgør en hindring for stiftelse af varemærkebeskyttelse, hvis der gøres indsigelse og indsigelsen tages til følge, i modsætning til de absolutte registreringshindringer, hvis tilstedeværelse i sig selv er til hinder for varemærkebeskyttelse. De relative registreringshindringer er desuden uden betydning for besvarelsen af problemformuleringen og behandles derfor ikke nærmere.

⁶⁴ Jf. Vml § 13, stk. 1, nr. 1, jf. § 2, nr. 2, og Vmf artikel 7, stk. 1, litra a, jf. artikel 4, litra b.

⁶⁵ Jf. Vml § 13, stk. 1, nr. 2, og Vmf artikel 7, stk. 1, litra b.

anden egenskab, som følger af varens egen karakter, som er nødvendig for at opnå et teknisk resultat, eller som giver varen en væsentlig værdi,⁶⁶ om det strider mod lov, den offentlige orden eller sædelighed,⁶⁷ om det kan vildlede offentligheden,⁶⁸ om det indeholder en kongekrone eller andet stats-symbol,⁶⁹ og om det er ansøgt i ond tro.^{70 71}

Betingelserne om, at tegnet skal kunne udgøre et varemærke, at det skal kunne gengives på en tilstrækkelig klar og præcis måde, og at det har særpræg varetager varemærkets kernefunktioner, nemlig oprindelsesfunktionen og adskillelsesfunktionen.⁷² Oprindelsesfunktionen forstås således, at varemærket angiver en vare eller tjenesteydelses kommercielle oprindelse, mens adskillelsesfunktionen gør det muligt for den relevante kundekreds at adskille en virksomheds varer eller tjenesteydelser fra andre virksomheders.⁷³ Grundet deres fundamentale betydning, og da gennemgangen i del II og III forudsætter et vist kendskab til betingelserne, gives der en kortfattet introduktion hertil i det følgende.

3.2. Tegn, der kan udgøre et varemærke

Betingelsen om, at tegnet skal kunne udgøre et varemærke i Vml § 13, stk. 1, nr. 1, og Vmf artikel 7, stk. 1, litra a, skal ses i sammenhæng med henholdsvis Vml § 2, nr. 2, og Vmf artikel 4, litra b. Det følger af disse bestemmelser, at et varemærke kan bestå af alle tegn, for så vidt disse tegn er egnede til at blive gengivet i varemærkeregisteret på en måde, der gør det muligt for de kompetente myndigheder og offentligheden at fastslå den klare og præcise genstand for den beskyttelse, som dets indehaver indrømmes.

Alle tegn kan således i princippet udgøre varemærker, så længe de kan gengives tilstrækkeligt klart og præcist. PV og EUIPO opererer med en række mærketyper, herunder ordmærker, figurmærker, formmærker, positionsmærker, mønstermærker, farvemærker, farvekombinationsmærker, lydmærker,

⁶⁶ Jf. Vml § 14, stk. 1, nr. 1, litra a-c, og Vmf artikel 7, stk. 1, litra e, nr. 1-3.

⁶⁷ Jf. Vml § 14, stk. 1, nr. 2, og Vmf artikel 7, stk. 1, litra f.

⁶⁸ Jf. Vml § 14, stk. 1, nr. 3, og Vmf artikel 7, stk. 1, litra g.

⁶⁹ Jf. Vml § 14, stk. 1, nr. 4, og Vmf artikel 7, stk. 1, litra h og i.

⁷⁰ Jf. Vml § 14, stk. 1, nr. 9. En tilsvarende absolut registreringshindring findes ikke i varemærkeforordningen. Varemærkeforordningen indrømmer alene tredjemand ret til at begære EU-varemærket ugyldigt, hvis varemærkeansøgningen er indgivet i ond tro, jf. Vmf artikel 59, stk. 1, litra b.

⁷¹ Opregningen er taget fra Schovsbo, J., Rosenmeier, M., & Salung Petersen, C. (2024). *Immaterialret*, 7. udgave, side 522-523. Vml § 14, stk. 1, nr. 5-8, og Vmf artikel 7, stk. 1, litra j-m, indeholder endvidere absolutte registreringshindringer vedrørende beskyttelse af oprindelsesbetegnelser og geografiske betegnelser, traditionelle benævnelser for vin, garanterede traditionelle specialiteter og plantesortsrettigheder, som dog ikke behandles nærmere af hensyn til relevansen for besvarelsen af problemformuleringen.

⁷² Jf. Schovsbo, J., Rosenmeier, M., & Salung Petersen, C. (2024). *Immaterialret*, 7. udgave, side 521.

⁷³ Jf. Domstolens dom af 8. juni 2017 i sag C-689/15, W.F. Gözze Frottierweberei GmbH og Wolfgang Gözze mod Verein Bremer Baumwollbörse, præmis 41.

bevægelsesmærker, multimediemærker og hologrammærker.⁷⁴ Varemærker er dog ikke begrænset til disse kategorier, og de kan bestå af kombinationer heraf eller noget andet.⁷⁵ I sådanne tilfælde skal dette blot beskrives nærmere i varemærkeansøgningen.⁷⁶

3.3. Særpræg

Betingelsen om særpræg efter Vml § 13, stk. 1, nr. 2, og Vmf artikel 7, stk. 1, litra b, består i et krav om, at tegnet ikke er deskriptivt, og i et krav om, at tegnet er distinktivt.⁷⁷

Kravet om, at tegnet ikke er deskriptivt, indebærer blandt andet at tegnet ikke udelukkende må udgøre en beskrivelse af egenskaber ved varerne eller tjenesteydelserne, som tegnet anvendes for. Derudover må tegnet ikke udelukkende bestå af tegn eller angivelser der i daglig sprogbrug eller efter redelig og almindelig markedsføringsskik udgør en sædvanlig betegnelse for varerne eller tjenesteydelserne, som tegnet anvendes for.⁷⁸ Baggrunden for kravet er at friholde det sproglige og kulturelle fælleseje, således at almindelige ord, betegnelser, begreber, former m.v. ikke monopoliseres, men fortsat kan anvendes af enhver.⁷⁹ Det er dog ikke tilstrækkeligt, at et tegn ikke er deskriptivt. Tegnet skal derudover være distinktivt, hvilket indebærer, at tegnet skal have en sådan særegenhed,⁸⁰ at det er »egnet til at adskille en virksomheds varer eller tjenesteydelser fra andre virksomheders«, jf. Vml § 1 a, nr. 2, og § 2, nr. 1, og Vmf artikel 4, litra a.

Hvorvidt et tegn har særpræg, beror på en konkret vurdering med inddragelse af alle relevante faktiske omstændigheder,⁸¹ herunder de varer og/eller tjenesteydelser, tegnet anvendes eller søges registreret for, og den formodede opfattelse af tegnet hos den relevante kundekreds.⁸² Er de omhandlede varer

⁷⁴ Jf. bekendtgørelse nr. 1685 af 18. december 2018 om ansøgning og registrering m.v. af varemærker (registreringsbekendtgørelsen) § 3, stk. 4, og forordning 2018/626/EU af 5. marts 2018 om gennemførelsesbestemmelser til visse bestemmelser i Europa-Parlamentets og Rådets forordning 2017/1001/EU om EU-varemærker og om ophævelse af gennemførelsesforordning 2017/1431/EU (gennemførelsesforordningen) artikel 3, stk. 3.

⁷⁵ Jf. Schovsbo, J., Rosenmeier, M., & Salung Petersen, C. (2024). *Immaterialret*, 7. udgave, side 524, og Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 132.

⁷⁶ Jf. registreringsbekendtgørelsens § 3, stk. 5, og gennemførelsesforordningens artikel 3, stk. 4.

⁷⁷ Jf. Madsen, P. B. (2023). *Immaterialret – Markedsret Del 3*, 8. udgave, side 246, Schovsbo, J., Rosenmeier, M., & Salung Petersen, C. (2024). *Immaterialret*, 7. udgave, side 532, og Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 63 og 133.

⁷⁸ Jf. Vml § 13, stk. 1, nr. 3-4, og Vmf artikel 7, stk. 1, litra c-d. Opregningen i bestemmelserne kan fortolkes som ikke udtømmende eksempler på, hvornår et tegn er deskriptivt, jf. Bjørn Larsen, T., & Helge Straton-Andersen, K. (2019). *Markedsretten*, 1. udgave, side 180, og Madsen, P. B. (2023). *Immaterialret – Markedsret Del 3*, 8. udgave, side 245.

⁷⁹ Jf. Madsen, P. B. (2023). *Immaterialret – Markedsret Del 3*, 8. udgave, side 247, Schovsbo, J., Rosenmeier, M., & Salung Petersen, C. (2024). *Immaterialret*, 7. udgave, side 532, og Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 63 og 133.

⁸⁰ Jf. Schovsbo, J., Rosenmeier, M., & Salung Petersen, C. (2024). *Immaterialret*, 7. udgave, side 532.

⁸¹ Jf. Domstolens dom af 7. oktober 2004 i sag C-136/02 P, Mag Instrument Inc. mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (Lommelygter) (tredimensionelt varemærke), præmis 48.

⁸² Den relevante kundekreds og de varer og/eller tjenesteydelser, tegnet anvendes eller søges registreret for, undersøges nærmere i afsnit 8.2 nedenfor.

eller tjenesteydelser rettet mod almenheden, består den relevante kundekreds som udgangspunkt i den almindeligt oplyste, rimeligt opmærksomme og velunderrettede gennemsnitsforbruger af de pågældende varer eller tjenesteydelser,⁸³ som er en retlig fiktion,⁸⁴ der anvendes som referencepunkt for vurderingen.

Særpræg kan være enten iboende eller indarbejdet. Et tegn har iboende særpræg, hvis tegnet allerede inden anvendelse på markedet er egnet til at adskille en virksomheds varer eller tjenesteydelser fra andre virksomheders.⁸⁵ Har tegnet derimod ikke fornødent særpræg, kan et sådant særpræg efter både dansk varemærkeret og EU-varemærkeret opnås gennem anvendelse af tegnet, som oparbejder kendskabet til tegnet hos den relevante kundekreds, jf. Vml § 3, stk. 3, 2. pkt., og § 13, stk. 2, og Vmf artikel 7, stk. 3.⁸⁶ Særpræget anses i så fald som indarbejdet, når den relevante kundekreds eller en betydelig andel heraf som følge af brugen af tegnet sættes i stand til at adskille en virksomheds varer eller tjenesteydelser fra andre virksomheders.⁸⁷ Indarbejdet særpræg er som udgangspunkt begrænset til de varer eller tjenesteydelser, for hvilke tegnet har været anvendt.⁸⁸

4. Varemærkebeskyttelsens indhold og varighed

Det følger af Vml § 4 og Vmf artikel 9, at der med varemærkebeskyttelse opnås en eneret til at benytte varemærket erhvervsmæssigt i forbindelse med varer eller tjenesteydelser.⁸⁹

Varemærkebeskyttelsen indebærer, at varemærkeindehaveren kan forbyde andre, der ikke har varemærkeindehaverens samtykke, at gøre erhvervsmæssig brug af tegn, der er identiske med eller ligner varemærket, hvis brugen vedrører varer eller tjenesteydelser af samme eller lignende art som dem, der er omfattet af varemærkebeskyttelsen, og hvis der herved er risiko for forveksling, herunder at der antages at være en forbindelse mellem tegnet og varemærket, jf. Vml § 4, stk. 2, nr. 1 og 2, og Vmf artikel 9, stk. 2, litra a og b. Er varemærket velkendt, går varemærkebeskyttelsen videre end dette, idet varemærkeindehaveren også kan forbyde erhvervsmæssig brug af identiske eller lignende tegn for ikke-lignende varer eller tjenesteydelser, hvis brugen uden rimelig grund medfører en

⁸³ Jf. Domstolens dom af 12. februar 2004 i sag C-363/99, Koninklijke KPN Nederland NV mod Benelux-Merkenbureau (Postkantoor) (ordmærke), præmis 34.

⁸⁴ Jf. Schovsbo, J., Rosenmeier, M., & Salung Petersen, C. (2024). *Immaterialret*, 7. udgave, side 530.

⁸⁵ Jf. Bjørn Larsen, T., & Helge Straton-Andersen, K. (2019). *Markedsretten*, 1. udgave, side 178.

⁸⁶ Jf. Madsen, P. B. (2023). *Immaterialret – Markedsret Del 3*, 8. udgave, side 296.

⁸⁷ Jf. Domstolens dom af 4. maj 1999 i de forenede sager C-108/97 og C-109/97, Windsurfing Chiemsee Produktions- und Vertriebs GmbH mod Boots- und Segelzubehör Walter Huber og Franz Attenberger, præmis 52.

⁸⁸ Jf. Bøggild, F., & Staunstrup, K. (2015). *EU-varemærkeret*, 1. udgave, side 225, og Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 165 og 333.

⁸⁹ Jf. Schovsbo, J., Rosenmeier, M., & Salung Petersen, C. (2024). *Immaterialret*, 7. udgave, side 576.

utilbørlig udnyttelse af eller skade på det velkendte varemærkes særpræg eller renommé, jf. Vml § 4, stk. 2, nr. 3, og Vmf artikel 9, stk. 2, litra c.⁹⁰

Ved erhvervsmæssig brug forstås navnlig, at tegnet anbringes på varerne eller deres emballage, at varerne udbydes til salg m.v., at varerne importeres eller eksporteres under det omhandlede tegn, samt at tegnet anvendes på forretningspapirer eller i reklameøjemed, jf. Vml § 4, stk. 3, nr. 1-3 og 5, og Vmf artikel 9, stk. 3, litra a-c og e.⁹¹ Varemærkebeskyttelsen er dog ikke begrænset til de oplistede tilfælde, da bestemmelserne anvender ordene henholdsvis »bl.a.« og »navnlig«.⁹²

I modsætning til de øvrige immaterialrettigheder ophører varemærkebeskyttelse ikke automatisk efter en bestemt periode fra enerettens stiftelse m.v. Varemærkebeskyttelsen er i princippet evigtvarende.⁹³ Er varemærkebeskyttelsen stiftet ved registrering, gælder den i 10 år fra ansøgningsdatoen, men kan efter ansøgning fornyes for 10 år, uden nogen grænse for antallet af fornyelser, jf. Vml § 24 og Vmf artikel 52, jf. artikel 53.⁹⁴ Er varemærkebeskyttelsen derimod stiftet ved ibrugtagning,⁹⁵ og støttes varemærkebeskyttelsen alene på brugen af varemærket, består beskyttelsen så længe varemærket anvendes på en måde, som opfylder varemærkelovens krav,⁹⁶ eller indtil brugen ophører definitivt.⁹⁷

5. Ugyldighed af registrerede varemærker som følge af oprindelige mangler⁹⁸

Det hænder, at et varemærke fejlagtigt registreres på trods af tilstedeværelsen af en eller flere absolutte registreringshindringer i Vml §§ 13 og 14 og Vmf artikel 7, således at varemærket lider af

⁹⁰ Jf. Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 68.

⁹¹ Ibid.

⁹² Jf. Schovsbo, J., Rosenmeier, M., & Salung Petersen, C. (2024). *Immaterialret*, 7. udgave, side 576, og Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 209.

⁹³ Jf. Madsen, P. B. (2023). *Immaterialret – Markedsret Del 3*, 8. udgave, side 391, Schovsbo, J., Rosenmeier, M., & Salung Petersen, C. (2024). *Immaterialret*, 7. udgave, side 654, og Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 75.

⁹⁴ En international registrering i Danmark eller EU efter Madridprotokollen kan alene fornys ved Det Internationale Bureau, som er en afdeling af World Intellectual Property Organization, i overensstemmelse med reglerne i Madridprotokollen, jf. Madridprotokollens artikel 6, jf. artikel 7. For internationale registreringer i Danmark, følger dette udtrykkeligt af Vml § 53.

⁹⁵ Betragtningen gælder kun for danske varemærker, da varemærkebeskyttelse alene kan stiftes ved registrering efter EU-varemærkeretten, jf. Vmf præambelbetragtning 9 og artikel 6.

⁹⁶ Jf. Madsen, P. B. (2023). *Immaterialret – Markedsret Del 3*, 8. udgave, side 392, og Schovsbo, J., Rosenmeier, M., & Salung Petersen, C. (2024). *Immaterialret*, 7. udgave, side 654.

⁹⁷ Jf. Bjørn Larsen, T., & Helge Straton-Andersen, K. (2019). *Markedsretten*, 1. udgave, side 165 og 246, Madsen, P. B. (2023). *Immaterialret – Markedsret Del 3*, 8. udgave, side 392, Schovsbo, J., Rosenmeier, M., & Salung Petersen, C. (2024). *Immaterialret*, 7. udgave, side 654, og Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 75.

⁹⁸ Betragtningerne i nærværende afsnit gælder kun for registrerede varemærker. Der kan ikke ved brug stiftes varemærkebeskyttelse til et tegn, der efter sin beskaffenhed er udelukket fra registrering, jf. Vml § 3, stk. 3, 1. pkt. Et sådant tegn kan følgelig ikke erklæres ugyldigt, da der ikke er nogen varemærkebeskyttelse at ophæve.

oprindelige mangler.⁹⁹ Varemærket kan i sådanne tilfælde erklæres ugyldigt efter henholdsvis Vml § 28, stk. 1, og Vmf artikel 59, stk. 1, litra a. Ugyldigheden har virkning *ex tunc*, og varemærket anses således for aldrig at have haft retsvirkninger, jf. Vml § 32, stk. 2, og Vmf artikel 62, stk. 2.

Et dansk varemærke, der lider af oprindelige mangler, kan ophæves administrativt af PV eller ved dom, jf. Vml §§ 33 og 34. Et EU-varemærke, der lider af oprindelige mangler, kan ophæves administrativt af EUIPO eller ved modkrav om ugyldighed under en sag om varemærkekrænkelse ved de nationalt udpegede EU-varemærkedomstole, jf. Vmf artikel 59, stk. 1, og artikel 124, litra d, som i Danmark er Sø- og Handelsretten i første instans og landsretterne og Højesteret i anden instans, jf. Vml § 43 a, 1. pkt., jf. Vmf artikel 123.

⁹⁹ Begrebet »oprindelige mangler«, som beskriver det forhold, at et varemærke er registreret på trods af tilstedeværelsen af en eller flere absolutte eller relative registreringshindringer, er taget fra Schovsbo, J., Rosenmeier, M., & Salung Petersen, C. (2024). *Immaterialret*, 7. udgave, side 655, og Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 77.

Del II

Nærmere om lov, den offentlige orden og sædelighed

6. Hensynene bag bestemmelserne om lov, den offentlige orden og sædelighed

6.1. Indledning

Efter Vml § 14, stk. 1, nr. 2, kan varemærker, »som strider mod lov, den offentlige orden eller sædelighed«, ikke registreres. Efter Vmf artikel 7, stk. 1, litra f, kan varemærker, »som strider mod den offentlige orden eller sædelighed«, ikke registreres. For at forstå hvordan disse bestemmelser fortolkes og anvendes, er det nødvendigt at se nærmere på de hensyn, der ligger til grund for dem, og den kritik hensynene har været genstand for. Disse hensyn kan underopdeles i hensynet til den offentlige orden og sædelighed, hensynet til at undgå legitimering af varemærker, som krænker visse grundlæggende værdier, og hensynet til at beskytte almenheden, som alle gennemgås nærmere i de følgende afsnit.

6.2. Hensynet til den offentlige orden og sædelighed

Retten udtalte i sag T-232/10, at den almene interesse bag Vmf artikel 7, stk. 1, litra f – og dermed Vml § 14, stk. 1, nr. 2 – er at undgå registrering af varemærker, der krænker den offentlige orden eller sædelighed.¹⁰⁰

Basire og Senftleben kritiserer dette synspunkt med den begrundelse, at en sådan generel formulering ikke er særlig hjælpsom, da den gælder for de fleste, hvis ikke alle, absolutte registreringshindringer.¹⁰¹ Deres forståelse af Rettens udtalelse synes dog at hvile på en antagelse om, at Retten blot henviste til en generisk beskyttelse af almene interesser uden at præcisere, hvilken specifik interesse der beskyttes, da *Basire og Senftleben* anfører, at hensynet er »the protection of the general

¹⁰⁰ Jf. Rettens dom af 20. september 2011 i sag T-232/10, Couture Tech Ltd mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (Gengivelse af det sovjetiske våbenskjold) (figurmærke), præmis 29. Præmissen er gengivet i flere senere afgørelser, se f.eks. Rettens dom af 26. september 2014 i sag T-266/13, Brainlab AG mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (Curve) (ordmærke), præmis 13, og Rettens dom af 15. marts 2018 i sag T-1/17, La Mafia Franchises, SL mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (La Mafia SE SIENTA A LA MESA) (figurmærke), præmis 25.

¹⁰¹ Jf. Basire, Y., & Senftleben, M. (2023). *Public Policy and Morality in Trademark – Examination in the European Union*, side 594.

interest.«¹⁰² Denne forståelse overser imidlertid, at Retten netop forsøgte at præcisere den almene interesse ved at henvise til ønsket om at undgå registrering af varemærker, der krænker den offentlige orden eller sædelighed.

Rettens argumentation fremstår imidlertid cirkulær, da ønsket om at nægte registrering af varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædelighed, begrundes med, at de strider mod den offentlige orden eller sædelighed. Konklusionen anvendes som sin egen begrundelse, uden at der tilvejebringes en bagvedliggende begrundelse for at nægte registrering af sådanne varemærker. Heroverfor kan det dog indvendes, at det brede spektrum af interesser, som begreberne dækker, vanskeliggør en yderligere konkretisering. Den offentlige orden og sædelighed omfatter grundlæggende (moralske) værdier,¹⁰³ som i sig selv kan anses for tilstrækkeligt tungtvejende til at begrunde registreringshindringerne, uden at der angives mere specifikke underliggende interesser.

6.3. Legitimering af varemærker, som krænker visse grundlæggende værdier

Det er blevet fremhævet, at de fordele, der følger med varemærkebeskyttelse, ikke bør tildeles varemærker, som strider mod lov, den offentlige orden eller sædelighed. Statslige organer og den offentlige forvaltning bør således ikke bistå personer, der ønsker at fremme deres forretningsmæssige interesser ved hjælp af varemærker, som krænker visse grundlæggende værdier i et civiliseret samfund.¹⁰⁴

Dette synspunkt er mødt med kritik af *Basire og Senftleben*, som anfører, at en varemærkeregistrering ikke indebærer, at de kompetente myndigheder billiger varemærket, og at størstedelen af den relevante kundekreds ikke opfatter registreringen som udtryk for støtte eller anerkendelse, da størstedelen af den relevante kundekreds ikke har kendskab til registreringsprocessen.¹⁰⁵

Denne kritik bygger på en stråmandsargumentation og imødegår således en påstand, som ikke fremsættes. Det hævdes ikke, at de kompetente myndigheder billiger varemærket, såfremt det registreres. Hovedpointen er derimod, at varemærkebeskyttelsen medfører en eneret, som styrker varemærkeindehaverens kommercielle position. Dermed styrker statslige organer og den offentlige forvaltning, om end indirekte, legitimeringen af sådanne varemærker gennem registreringen eller håndhævelse af varemærkebeskyttelsen. Denne legitimering er uafhængig af, om den relevante kundekreds er opmærksom herpå.

¹⁰² Jf. Basire, Y., & Senftleben, M. (2023). *Public Policy and Morality in Trademark – Examination in the European Union*, side 594.

¹⁰³ Se afsnit 7.3.1 og 7.4.1 nedenfor.

¹⁰⁴ Jf. Det Store Appellkammers afgørelse af 6. juli 2006 i sag R 495/2005-G (SCREW YOU) (ordmærke), præmis 13, European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 4, og European Union Intellectual Property Office. (2025). *Trade Mark Guidelines*, afsnit B.4.7.1.

¹⁰⁵ Jf. Basire, Y., & Senftleben, M. (2023). *Public Policy and Morality in Trademark – Examination in the European Union*, side 595.

6.4. Beskyttelse af almenheden

Det er blevet anført, at registreringshindringerne har til formål at beskytte almenheden mod at blive mødt af forstyrrende, krænkende, fornærmende eller truende varemærker,¹⁰⁶ og at registreringshindringerne tilgodeser hensynet til at børn og unge, selv hvis de ikke udgør den relevante kundekreds for de pågældende varer eller tjenesteydelser, ikke bliver mødt af stødende varemærker i butikker, hvor almenheden har adgang.¹⁰⁷

Dette synspunkt er kritiseret af *Basire og Senfleben*, der påpeger, at fraværet af varemærkebeskyttelse ikke hindrer brugen af et varemærke,¹⁰⁸ forudsat at brugen ikke strider mod anden lovgivning.¹⁰⁹ Fraværet af varemærkebeskyttelse medfører blot, at varemærkeindehaveren ikke har eneret til varemærket, og bestemmelserne kan derfor ikke nødvendigvis forhindre almenheden fra at møde stødende varemærker.

Det udelukker dog ikke, at registreringshindringerne kan have en præventiv funktion. Uden varemærkebeskyttelse har varemærkeindehaveren ikke adgang til de varemærkeretlige retsmidler, hvilket kan mindske incitamentet til eller afholde varemærkeindehaveren fra at anvende varemærket kommercielt eller at investere ressourcer i markedsføring af varemærket.

7. Begreberne »lov«, »den offentlige orden« og »sædelighed«

7.1. Indledning

Begreberne »lov«, »den offentlige orden« og »sædelighed« er brede og åbne for fortolkning. De er ikke nærmere defineret i varemærkeloven, varemærkedirektivet eller varemærkeforordningen. Forarbejderne til varemærkeloven giver visse retningslinjer for fortolkningen og anvendelsen, men det er i øvrigt overladt til myndighederne og domstolene at afgrænse deres indhold og rækkevidde.

De følgende afsnit har til formål at belyse, hvordan de tre begreber skal forstås, og hvordan de adskiller sig fra og overlapper med hinanden. I afsnit 7.2 undersøges begrebet og henvisningen til lov i Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 1. led. I afsnit 7.3 undersøges begrebet den offentlige orden og dets forhold til lov. I afsnit 7.4 undersøges begrebet sædelighed og dets forhold til den offentlige orden og lov. Det

¹⁰⁶ Jf. Det Store Appelkammers afgørelse af 6. juli 2006 i sag R 495/2005-G (SCREW YOU) (ordmærke), præmis 14, og European Union Intellectual Property Office. (2025). *Trade Mark Guidelines*, afsnit B.4.7.1.

¹⁰⁷ Jf. EUIPO's afgørelse af 8. juli 2024 i sag 017282203 (multimediemærke), side 7, og European Union Intellectual Property Office. (2025). *Trade Mark Guidelines*, afsnit B.4.7.3.

¹⁰⁸ Jf. Basire, Y., & Senfleben, M. (2023). *Public Policy and Morality in Trademark – Examination in the European Union*, side 595.

¹⁰⁹ Jf. Korsgaard, R., & Dokkedahl, N. (2021). *Kalak, kongehuset og kunstværker – om varemærker i strid med den offentlige orden eller sædelighed*, side 304.

skal i den forbindelse bemærkes, at der ikke findes et særskilt led vedrørende lov i hverken Vmf artikel 7, stk. 1, litra f, eller Pariserkonventionens artikel 6 e, litra b, 1. afsnit, nr. 3.¹¹⁰ De dele af analysen, som vedrører begrebet lov og dets forhold til den offentlige orden og sædelighed, centrerer sig derfor om Vml § 14, stk. 1, nr. 2.

7.2. Lov

7.2.1. Begrebet »lov«

Efter Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 1. led, kan varemærker, som strider mod »lov«, ikke registreres. Leddet gennemfører Vmd artikel 4, stk. 1, litra f, hvorefter varemærker, som strider mod den offentlige orden eller sædelighed, ikke kan registreres,¹¹¹ og den fakultative bestemmelse i Vmd artikel 4, stk. 3, litra a, hvorefter varemærker, hvis brug kan forbydes efter anden lovgivning end varemærkelovgivningen i medlemsstaten eller EU, ikke kan registreres.¹¹²

Begrebet »lov« forstås som gældende ret, herunder navnlig love, bekendtgørelser, tilsvarende EU-retsakter og almindelige retsgrundsætninger,¹¹³ og begrebet varierer derfor over tid. Henvisningen til lov sigter dog ikke på regler fastsat i varemærkelovgivningen men derimod regler fastsat i anden lovgivning.¹¹⁴

Leddet sigter på tilfælde, hvor varemærkets egenskaber eller udseende er retsstridige, og tilfælde, hvor varemærkets anvendelse er retsstridig.¹¹⁵ Førstnævnte tilfælde er en følge af, at leddet gennemfører Vmd artikel 4, stk. 1, litra f, om varemærker, som strider mod den offentlige orden eller sædelighed.¹¹⁶ Det omfatter eksempelvis situationer, hvor varemærket indeholder en betegnelse, der er forbeholdt visse personer eller virksomheder med adkomst hertil, såsom »advokat«, »ApS«, »A/S«

¹¹⁰ Pariserkonventionen af 20. marts 1883 om Beskyttelse af Industriel Ejendom. Pariserkonventionen blev ratificeret ved bekendtgørelse nr. 181 af 28. september 1894 angaaende Beskyttelse for fremmede Varemærker og Patenter. De seneste revisioner og ændringer er ratificeret ved henholdsvis bekendtgørelse nr. 97 af 13. oktober 1970 af Pariserkonventionen af 20. marts 1883 om beskyttelse af industriel ejendomsret som revideret, senest i Stockholm den 14. juli 1967 og bekendtgørelse nr. 84 af 12. september 1984 om ændringer i Pariserkonventionen af 20. marts 1883, som revideret den 14. juli 1967, om beskyttelse af industriel ejendomsret. Ved omtale af bestemmelser i konventionen anvendes forkortelsen »Pkv«.

¹¹¹ Jf. lovforslag nr. L 49 af 3. oktober 2018 om ændring af varemærkeloven og forskellige andre love og om ophævelse af fællesmærkeloven, Folketingstidende 2018-19 (1. samling), tillæg A, side 59.

¹¹² Ibid., og Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 346.

¹¹³ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsen. (n.d.). *Guidelines for varemærker*, afsnit Varemærker som strider mod lov, fane Artikel, og Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 346.

¹¹⁴ Jf. lovforslag nr. L 49 af 3. oktober 2018 om ændring af varemærkeloven og forskellige andre love og om ophævelse af fællesmærkeloven, Folketingstidende 2018-19 (1. samling), tillæg A, side 59.

¹¹⁵ Jf. betænkning nr. 199/1958 vedrørende en ny dansk lov om varemærker, side 124, Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 346.

¹¹⁶ Forholdet mellem den lov og den offentlige orden gennemgås i afsnit 7.3.2 nedenfor, mens forholdet mellem lov og sædelighed gennemgås i afsnit 7.4.3 nedenfor.

eller »bank«, ¹¹⁷ eller hvor varemærket indeholder en betegnelse, der er forbeholdt varer eller tjenesteydelser, som opfylder specifikke krav. ¹¹⁸

Eksempelvis vedrørte sag VA 2024 00945 registreringen af ordmærket »Findbank.dk« for blandt andet facilitering, arrangering og formidling af finansielle tjenester. Efter den dagældende lov om finansiell virksomhed var betegnelsen »bank« forbeholdt pengeinstitutter, der havde tilladelse fra Finanstilsynet til at drive pengeinstitutvirksomhed. ¹¹⁹ Da varemærkeindehaveren ikke havde den fornødne tilladelse, og da varemærket blev søgt for finansielle tjenester og således var egnet til at skabe indtrykket af, at varemærkeindehaveren var et pengeinstitut, blev varemærket nægtet registrering under henvisning til, at det stred mod lov, jf. Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 1. led. ¹²⁰

Sidstnævnte tilfælde er en følge af, at leddet gennemfører Vmd artikel 4, stk. 3, litra a, om retsstridig anvendelse af varemærker. Et illustrativt eksempel herpå er sag VA 2009 03659, som vedrørte registreringen af ordmærket »Notar.dk« for blandt andet finansielle og ejendomsrelaterede ydelser samt bistand ved forretningsledelse og -administration. PV henviste i den forbindelse til, en pressemeddelelse fra Forbrugerombudsmanden, hvori det fremgik, at der knytter sig en høj grad af troværdighed til »notarius publicus« som offentlig myndighed, og at anvendelsen af ordet »notar« uden en klar adskillelse fra betegnelsen »notarius publicus« kunne være vildledende og i strid med markedsføringsloven. PV fandt, at anvendelsen af varemærket for de pågældende tjenesteydelser ville give indtrykket af, at ydelserne blev udført af en notar eller under overværelse af en notar, hvilket var vildledende og i strid med markedsføringslovens bestemmelser herom. ¹²¹ Varemærket blev derfor delvist nægtet registrering under henvisning til, at det stred mod lov. ¹²²

Den omstændighed, at et varemærkes egenskaber eller anvendelse potentielt er retsstridige, medfører ikke i sig selv, at varemærket nægtes registrering under henvisning til lov. Det kræves, at den relevante regel har et så præcist indhold, at retsstridigheden umiddelbart kan konstateres i forbindelse med sagsbehandlingen. Dette er normalt ikke tilfældet med bestemmelser, der har karakter af generalklausuler, medmindre der foreligger autoritativ praksis herom, eller bestemmelser, der stiller krav til den faktiske brug af varemærket. ¹²³

¹¹⁷ Jf. lovforslag nr. L 49 af 3. oktober 2018 om ændring af varemærkeloven og forskellige andre love og om ophævelse af fællesmærkeloven, Folketingstidende 2018-19 (1. samling), tillæg A, side 59.

¹¹⁸ Jf. Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 348.

¹¹⁹ Jf. lovbekendtgørelse nr. 1013 af 21. august 2024 af lov om finansiell virksomhed § 7, stk. 5, jf. stk. 1.

¹²⁰ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2024 00945 (Findbank.dk) (ordmærke), afslagsbrev af 20. marts 2025, side 1-2.

¹²¹ Jf. lovbekendtgørelse nr. 839 af 31. august 2009 af lov om markedsføring § 3.

¹²² Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2009 03659 (Notar.dk) (ordmærke), afslagsbrev af 8. juni 2011, side 2. Sagen blev behandlet efter den dagældende lovbekendtgørelse nr. 90 af 28. januar 2009 af varemærkeloven § 14, nr. 1, der har samme ordlyd som den nugældende Vml § 14, stk. 1, nr. 2.

¹²³ Jf. Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 347.

Det er i øvrigt uden betydning, om varemærkeindehaveren er berettiget til at udbyde de varer eller tjenesteydelser, som varemærket søges registreret for.¹²⁴ Retsstridigheden skal vedrøre varemærkets egenskaber eller dets anvendelse. Dette følger også af Pkv artikel 7, som fastslår, at beskaffenheden af den vare eller tjenesteydelse, som varemærket skal anvendes for, ikke må udgøre en hindring mod varemærkets registrering.¹²⁵

7.2.2. *Sammenfatning*

Begrebet »lov« i Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 1. led, forstås som gældende ret, og begrebet varierer derfor over tid. Ledet sigter på bestemmelser uden for varemærkelovgivningen og finder anvendelse, når et varemærkes egenskaber eller dets anvendelse er retsstridig. Det forudsætter dog, at den relevante regel er tilstrækkelig klar til, at retsstridigheden kan konstateres under sagsbehandlingen, hvilket almindeligvis ikke er tilfældet for generalklausuler eller bestemmelser, der stiller krav til den faktiske brug af varemærket. Det er uden betydning, om varemærkeindehaveren i øvrigt lovligt kan udbyde de varer eller tjenesteydelser, varemærket søges registreret for.

7.3. Den offentlige orden

Efter Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 2. led, og Vmf artikel 7, stk. 1, litra f, 1. led, kan varemærker, som strider mod »den offentlige orden«, ikke registreres. Begge led afspejler Pkv artikel 6 e, litra b, 1. afsnit, nr. 3, som blandt andet fastslår, at varemærker, som strider mod den offentlige orden, ikke kan registreres.¹²⁶ Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 2. led, gennemfører derudover Vmd artikel 4, stk. 1, litra f, hvorefter varemærker, som blandt andet strider mod den offentlige orden, ikke kan registreres, samt den fakultative bestemmelse i Vmd artikel 4, stk. 3, litra b, hvorefter varemærker, som omfatter tegn af stor symbolsk værdi, herunder navnlig religiøse symboler, ikke kan registreres.¹²⁷

7.3.1. *Begrebet »den offentlige orden«*

Generaladvokat M. Bobek udtalte i sit forslag til afgørelse i sag C-240/18 P, at begrebet »den offentlige orden« er et normativt syn på værdier og mål, som defineres af den relevante offentlige myndighed, og som skal efterstræbes nu og i fremtiden. Den offentlige orden udtrykker således de normer,

¹²⁴ Jf. Rettens dom af 13. september 2005 i sag T-140/02, Sportwetten GmbH Gera mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (INTERTOPS) (figurmærke), præmis 29.

¹²⁵ Jf. også Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 347.

¹²⁶ Jf. European Union Intellectual Property Office. (2025). *Trade Mark Guidelines*, afsnit B.4.7.1, og Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 349.

¹²⁷ Jf. lovforslag nr. L 49 af 3. oktober 2018 om ændring af varemærkeloven og forskellige andre love og om ophævelse af fællesmærkeloven, Folketingstidende 2018-19 (1. samling), tillæg A, side 59, og Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 349-350.

som den offentlige tilsynsmyndighed ønsker respekteret i samfundet.¹²⁸ Denne orden skal dog først være fastsat og udtrykt af en offentlig myndighed, inden den kan efterstræbes, og dens indhold skal kunne efterprøves objektivt¹²⁹ ud fra officielle retskilder og/eller politiske retningslinjer,¹³⁰ herunder blandt andet almindelige retsprincipper, internationale traktater og konventioner, EU's traktater, lovgivning og retspraksis samt gældende lovgivning og retspraksis i medlemsstaterne.¹³¹ I Domstolens afgørelse i samme sag blev det imidlertid fremhævet, at varemærket i sagen alene var blevet nægtet registrering under henvisning til sædeligheden, og at parternes anbringender alene skulle undersøges i lyset af sædeligheden.¹³² Domstolen tog derfor ikke stilling til generaladvokatens udtalelser om den offentlige orden. Det kan dog ikke heraf sluttes, at Domstolen forkastede generaladvokatens synspunkter.

Retten har i en senere sag T-683/18 udtrykkeligt gengivet og tilsluttet sig generaladvokatens forståelse af den offentlige orden som et normativt syn på værdier og mål, som defineres af den relevante offentlige myndighed, og som skal efterstræbes nu og i fremtiden,¹³³ hvilket bekræfter, at generaladvokatens udtalelser er relevante ved fortolkningen af Vml § 14, stk. 1, nr. 2, og Vmf artikel 7, stk. 1, litra f. Retten bemærkede samtidig, at den offentlige orden kan variere fra land til land og fra periode til periode.¹³⁴ Medlemsstaterne har derfor i det væsentlige frihed til at bestemme indholdet af den offentlige orden i overensstemmelse med deres nationale behov¹³⁵ og internationale forpligtelser.¹³⁶ Retten præciserede dog, at den offentlige orden alene omfatter interesser, som ifølge den eller de berørte medlemsstaters egne værdisystemer anses for grundlæggende.¹³⁷ Af samme årsag er hensynet til økonomiske interesser eller den simple forebyggelse af forstyrrelser af samfundsordenen, som enhver lovovertrædelse indebærer, ikke omfattet af den offentlige orden.¹³⁸

De grundlæggende normer, principper og værdier, som er omfattet af den offentlige orden, omfatter både dem, der gælder kollektivt for alle medlemsstater, og dem, der alene gælder på nationalt plan i

¹²⁸ Jf. forslag til afgørelse fra generaladvokat M. Bobek fremsat den 2. juli 2019 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), punkt 76.

¹²⁹ Ibid., punkt 78-79.

¹³⁰ Ibid., punkt 76.

¹³¹ Jf. European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 16.

¹³² Jf. Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 38.

¹³³ Jf. Rettens dom af 12. december 2019 i sag T-683/18, Santa Conte mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (CANNABIS STORE AMSTERDAM) (figurmærke), præmis 72.

¹³⁴ Ibid., præmis 71.

¹³⁵ Ibid.

¹³⁶ Jf. European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 6.

¹³⁷ Jf. Rettens dom af 12. december 2019 i sag T-683/18, Santa Conte mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (CANNABIS STORE AMSTERDAM) (figurmærke), præmis 73.

¹³⁸ Ibid., præmis 71.

den enkelte medlemsstat.¹³⁹ En række af de principper, der er fælles for alle medlemsstater, omfatter menneskelig værdighed, frihed, lighed og solidaritet, demokrati- og retsstatsprincippet samt respekt for menneskerettighederne, herunder rettighederne for personer, der tilhører mindretal, som proklameret i blandt andet EU's Charter om grundlæggende rettigheder (EUC)¹⁴⁰ og Den Europæiske Menneskerettighedskonvention (EMRK),¹⁴¹ jf. TEU artikel 2.¹⁴²

Ifølge forarbejderne til varemærkeloven, udgør henvisningen til den offentlige orden i Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 2. led, et værn mod registrering af tegn, der er bærere af væsentlige ordensmæssige interesser.¹⁴³ Denne forståelse af den offentlige orden harmonerer med Rettens fortolkning af den offentlige orden i den ovennævnte sag T-683/18, hvori det blev fastslået, at den offentlige orden ikke omfatter alle interesser men alene »grundlæggende« interesser.¹⁴⁴ Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 2. led, omfatter blandt andet varemærker, der indeholder henvisninger til kongehuset, og varemærker, der giver det fejlagtige indtryk, at varemærkeindehaveren er en offentlig myndighed.¹⁴⁵ Leddet omfatter endvidere varemærker, der er egnet til at vække forargelse, eksempelvis hvis de indeholder tegn, der kan krænke religiøse symboler.¹⁴⁶ Denne fortolkning afspejler, at leddet blandt andet gennemfører Vmd artikel 4, stk. 3, litra b, hvorefter varemærker, som omfatter tegn af stor symbolsk værdi, herunder navnlig religiøse symboler, ikke kan registreres. Endelig omfatter leddet varemærker, der har et racistisk tilsnit.¹⁴⁷

¹³⁹ Jf. European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 5-6.

¹⁴⁰ Charter af 7. december 2000 om grundlæggende rettigheder. TEU artikel 6, stk. 1, angiver, at EU anerkender de rettigheder, friheder og principper, der findes i EUC, og at EUC har samme juridiske værdi som traktaterne.

¹⁴¹ Konvention af 4. november 1950 til Beskyttelse af Menneskerettigheder og Grundlæggende Frihedsrettigheder. EMRK blev inkorporeret ved lov nr. 285 af 29. april 1992 om Den Europæiske Menneskerettighedskonvention. Senere ændringer i inkorporeringsloven er sammenskrevet i lovbekendtgørelse nr. 138 af 26. januar 2022 af lov om Den Europæiske Menneskerettighedskonvention. TEU artikel 6, stk. 2 og 3, angiver, at EU tiltræder EMRK, og at de grundlæggende rettigheder heri udgør generelle principper i EU-retten.

¹⁴² Se også Femte Appellkammers afgørelse af 6. februar 2015 i sag R 2804/2014-5 (MECHANICAL APARTHEID) (ordmærke), præmis 30, og European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 5-6.

¹⁴³ Jf. lovforslag nr. L 49 af 3. oktober 2018 om ændring af varemærkeloven og forskellige andre love og om ophævelse af fællesmærkeloven, Folketingstidende 2018-19 (1. samling), tillæg A, side 59.

¹⁴⁴ Jf. Rettens dom af 12. december 2019 i sag T-683/18, Santa Conte mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (CANNABIS STORE AMSTERDAM) (figurmærke), præmis 73.

¹⁴⁵ Jf. lovforslag nr. L 49 af 3. oktober 2018 om ændring af varemærkeloven og forskellige andre love og om ophævelse af fællesmærkeloven, Folketingstidende 2018-19 (1. samling), tillæg A, side 59.

¹⁴⁶ Ibid.

¹⁴⁷ Ibid.

7.3.2. Forholdet mellem lov og den offentlige orden efter dansk varemærkeret

Begrebet »lov« forstås som gældende ret,¹⁴⁸ mens »den offentlige orden« forstås som et normativt sæt af grundlæggende værdier og mål, som defineres af den relevante offentlige myndighed.¹⁴⁹ Selv om begreberne ikke er identiske, overlapper de i et vist omfang, da visse regler udtrykker eller konkretiserer grundlæggende værdier og mål. Et varemærke kan således stride mod lov, den offentlige orden eller begge dele på samme tid.

En vis vejledning til afgrænsningen mellem lov og den offentlige orden kan hentes fra sag T-224/01, hvor Retten udtalte, at vurderingen af, om et varemærke strider mod den offentlige orden, som udgangspunkt afhænger af varemærkets egenskaber, og ikke dets faktiske eller potentielle anvendelse.¹⁵⁰ Sondringen mellem tilfælde, hvor et varemærkes anvendelse er retsstridig, og tilfælde, hvor et varemærkes egenskaber er retsstridige, er således central ved afgrænsningen af forholdet mellem lov og den offentlige orden. Det følger heraf, at et varemærke alene strider mod lov, jf. Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 1. led, såfremt retsstridigheden alene knytter sig til varemærkets anvendelse. Leddet vedrørende lov har dermed et selvstændigt anvendelsesområde, hvilket er en følge af, at leddet blandt andet gennemfører Vmd artikel 4, stk. 3, litra a, hvorefter varemærker, hvis brug kan forbydes efter anden lovgivning end varemærkelovgivningen i medlemsstaten eller EU, ikke kan registreres.

Det følger derudover af Rettens udtalelse, at der kun opstår et overlap mellem lov og den offentlige orden, hvor et varemærkes egenskaber er retsstridige. Retsstridigheden skal imidlertid også påvirke en grundlæggende interesse som følge af Rettens udtalelse i sag T-683/18, hvor Retten som nævnt udtalte, at den offentlige orden alene omfatter interesser, som ifølge den eller de berørte medlemsstaters egne værdisystemer anses for grundlæggende, og at hensynet til økonomiske interesser eller den simple forebyggelse af forstyrrelser af samfundsordenen, som enhver lovovertrædelse indebærer, ikke er omfattet af den offentlige orden.¹⁵¹ Hvorvidt retsstridigheden påvirker en grundlæggende interesse må bero på en konkret vurdering, hvor hensynet bag den overtrådte regel blandt andet inddrages. Overlappet mellem lov og den offentlige orden må derudover i lyset af, at Vml § 14, stk. 1, nr.

¹⁴⁸ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsen. (n.d.). *Guidelines for varemærker*, afsnit Varemærker som strider mod lov, fane Artikel, og Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 346. Se afsnit 7.2.1 ovenfor.

¹⁴⁹ Jf. forslag til afgørelse fra generaladvokat M. Bobek fremsat den 2. juli 2019 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), punkt 76, og Rettens dom af 12. december 2019 i sag T-683/18, Santa Conte mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (CANNABIS STORE AMSTERDAM) (figurmærke), præmis 72-73. Se afsnit 7.3.1 ovenfor.

¹⁵⁰ Jf. Rettens dom af 9. april 2003 i sag T-224/01, Durferri GmbH mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (NU-TRIDE) (ordmærke), præmis 76.

¹⁵¹ Jf. Rettens dom af 12. december 2019 i sag T-683/18, Santa Conte mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (CANNABIS STORE AMSTERDAM) (figurmærke), præmis 71 og 73. Se afsnit 7.3.1 ovenfor.

2, 1. og 2. led, gennemfører Vmd artikel 4, stk. 1, litra f, hvorefter varemærker, som blandt andet strider mod den offentlige orden, ikke kan registreres.

7.3.3. *Sammenfatning*

Begrebet »den offentlige orden« i Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 2. led, og Vmf artikel 7, stk. 1, litra f, 1. led, forstås som et normativt sæt af grundlæggende værdier og mål, som defineres af den relevante offentlige myndighed, og som kan variere over tid og sted. Disse værdier skal kunne efterprøves objektivt ud fra retskilder og/eller politiske retningslinjer, herunder blandt andet almindelige retsprincipper, internationale traktater og konventioner, EU's traktater, lovgivning og retspraksis samt gældende lovgivning og retspraksis i medlemsstaterne. Den offentlige orden omfatter blandt andet menneskelig værdighed, frihed, lighed og solidaritet, demokrati- og retsstatsprincippet samt respekt for menneskerettighederne, men ikke økonomiske interesser eller den simple forebyggelse af forstyrrelser af samfundsordenen.

Lov og den offentlige orden i Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 1. og 2. led, er to forskellige, men delvist overlappende begreber, da visse regler udtrykker eller konkretiserer grundlæggende værdier og mål. Hvorvidt begreberne overlapper, afhænger navnlig af, om varemærkets anvendelse er retsstridig eller om dets egenskaber er retsstridige. Vedrører retsstridigheden alene varemærkets anvendelse, er varemærket alene omfattet af lov. Vedrører retsstridigheden derimod varemærkets egenskaber, og påvirker retsstridigheden samtidig en grundlæggende interesse, er varemærket omfattet af både lov og den offentlige orden.

7.4. **Sædelighed**

Efter Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 3. led, og Vmf artikel 7, stk. 1, litra f, 2. led, kan varemærker, som strider mod »sædelighed«, ikke registreres. Begge led afspejler Pkv artikel 6 e, litra b, 1. afsnit, nr. 3, som blandt andet fastslår, at varemærker, som strider mod »moralen«, ikke kan registreres.¹⁵² Selv om varemærkeloven og varemærkeforordningen begge anvender ordet »sædelighed« og ikke »moralen«, anses bestemmelserne fortsat for at udtrykke det samme princip. Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 3. led, gennemfører derudover Vmd artikel 4, stk. 1, litra f, hvorefter varemærker, som blandt andet strider mod sædelighed, ikke kan registreres, samt den fakultative bestemmelse i Vmd artikel 4, stk. 3, litra b, hvorefter varemærker, som omfatter tegn af stor symbolsk værdi, herunder navnlig religiøse symboler, ikke kan registreres.¹⁵³

¹⁵² Jf. European Union Intellectual Property Office. (2025). *Trade Mark Guidelines*, afsnit B.4.7.1, Kur, A., & Senftleben, M. (2017). *European Trade Mark Law*, 1. udgave, side 172, og og Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 350.

¹⁵³ Jf. lovforslag nr. L 49 af 3. oktober 2018 om ændring af varemærkeloven og forskellige andre love og om ophævelse af fællesmærkeloven, Folketingstidende 2018-19 (1. samling), tillæg A, side 59.

7.4.1. Begrebet »sædelighed«

Domstolen udtalte i sag C-240/18 P, med henvisning til generaladvokat M. Bobeks forslag til afgørelse i samme sag, at begrebet »sædelighed« i sin sædvanlige betydning henviser til grundlæggende moralske værdier og normer, som et givet samfund i øjeblikket efterlever. Disse værdier og normer kan variere fra sted til sted og fra periode til periode og fastlægges ud fra den fremherskende sociale konsensus i dette samfund på bedømmelsestidspunktet.¹⁵⁴ Værdierne og normerne kan således ikke findes uden for sociale normer og social kontekst.¹⁵⁵ Vurderingen af, om et varemærke strider mod sædelighed, tager derfor udgangspunkt i, om den relevante kundekreds, eller i det mindste en betydelig del heraf,¹⁵⁶ opfatter varemærket som stridende mod samfundets grundlæggende moralske værdier og normer.¹⁵⁷ Ved fastlæggelsen af værdierne og normerne skal der tages behørigt hensyn til den sociale kontekst, herunder eventuelle kulturelle, religiøse eller filosofiske forskelle for objektivt at fastslå, hvad den relevante kundekreds anser for moralsk acceptabelt.¹⁵⁸ Det er derfor nødvendigt at foretage en empirisk vurdering af, hvad den relevante kundekreds anser som moralsk acceptabelt.¹⁵⁹ Denne vurdering er en helhedsvurdering, hvor der blandt andet skal tages hensyn til varemærkets egenskaber samt andre sagsspecifikke omstændigheder og beviser, der kan belyse, hvordan den relevante kundekreds faktisk opfatter varemærket. Sådanne omstændigheder kan blandt andet omfatte lovgivning, administrativ praksis og den offentlige opfattelse.¹⁶⁰

I EU-varemærkeretten er henvisningen til sædelighed i Vmf artikel 7, stk. 1, litra f, blandt andet rettet mod tilfælde, hvor varemærket indeholder blasfemiske, racistiske, diskriminerende, krænkende,¹⁶¹

¹⁵⁴ Jf. Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 39, hvor Domstolen blandt andet udtalte »Som generaladvokaten i det væsentlige har anført i punkt 77 i forslaget til afgørelse [...]«.

¹⁵⁵ Jf. forslag til afgørelse fra generaladvokat M. Bobek fremsat den 2. juli 2019 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), punkt 80.

¹⁵⁶ Jf. European Union Intellectual Property Office. (2025). *Trade Mark Guidelines*, afsnit B.4.7.3, og Schovsbo, J. H., & Riis, T. (2018). *Public Policy Limitations of Trade Mark Subject Matter – An EU Perspective*, side 247.

¹⁵⁷ Jf. Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 40-41, Davis, J., & Zelechowski, Ł. (2023). *Bad Faith, Public Policy and Morality: How Open Concepts Shape Trade Mark Protection*, side 874-875, og Senftleben, M. (2022). *No Trademark Protection for Artworks in the Public Domain – A Practical Guide to the Application of Public Order and Morality as Grounds for Refusal*, side 11. Den relevante kundekreds undersøges nærmere i afsnit 8.2 nedenfor.

¹⁵⁸ Jf. Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 39.

¹⁵⁹ Jf. forslag til afgørelse fra generaladvokat M. Bobek fremsat den 2. juli 2019 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), punkt 80.

¹⁶⁰ Jf. Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 42-43.

¹⁶¹ Jf. European Union Intellectual Property Office. (2025). *Trade Mark Guidelines*, afsnit B.4.7.3.

stødende eller fornærmende elementer,¹⁶² og hvor det opfordrer til kriminalitet eller optøjer.¹⁶³ Det omfatter derimod ikke dårlig smag¹⁶⁴ eller beskyttelsen af individers følelser.¹⁶⁵ Det er desuden uden betydning, om varemærket har en positiv eller negativ konnotation,¹⁶⁶ da banaliseringen af et tegn med en positiv konnotation ligeledes kan stride mod samfundets grundlæggende moralske værdier og normer.

Ifølge forarbejderne til varemærkeloven knytter henvisningen til sædelighed i Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 3. led, sig navnlig til kønssædeligheden samt sæd og skik. Det omfatter almindeligvis situationer, hvor et varemærke har et stærkt seksualiserende indhold, der går ud over, hvad der kan forventes i forhold til de varer eller tjenesteydelser, som varemærket vedrører.¹⁶⁷

7.4.2. *Forholdet mellem den offentlige orden og sædelighed*

Der er et vist begrebssammenfald mellem den offentlige orden og sædelighed, da begge begreber relaterer sig til grundlæggende (moralske) værdier. I visse tilfælde afspejler og konsoliderer den offentlige orden sædelighed. I visse andre tilfælde udvikler den offentlige orden sig til også at udgøre sædelighed.¹⁶⁸ Begreberne overlapper således i visse tilfælde, og et varemærke kan derfor stride mod den offentlige orden, sædelighed eller begge dele på samme tid. Der er imidlertid også en begrebsforskel med hensyn til, hvordan indholdet af begreberne fastsættes, og hvordan indholdet efterprøves. Den offentlige orden defineres af den relevante offentlige myndighed¹⁶⁹ og kan efterprøves på baggrund af retskilder og/eller politiske retningslinjer.¹⁷⁰ Den offentlige orden er således formuleret

¹⁶² Jf. Rettens dom af 26. september 2014 i sag T-266/13, Brainlab AG mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (Curve) (ordmærke), præmis 29.

¹⁶³ Jf. Fjerde Appelkammers afgørelse af 28. maj 2015 i sag R 2889/2014-4 (DIE WANDERHURE) (ordmærke), præmis 7.

¹⁶⁴ Jf. Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 41.

¹⁶⁵ Jf. European Union Intellectual Property Office. (2025). *Trade Mark Guidelines*, afsnit B.4.7.3.

¹⁶⁶ Jf. Anden Appelkammers afgørelse af 17. september 2012 i sag R 2613/2011-2 (ATATURK) (ordmærke), præmis 31.

¹⁶⁷ Jf. lovforslag nr. L 49 af 3. oktober 2018 om ændring af varemærkeloven og forskellige andre love og om ophævelse af fællesmærkeloven, Folketingstidende 2018-19 (1. samling), tillæg A, side 59.

¹⁶⁸ Jf. forslag til afgørelse fra generaladvokat M. Bobek fremsat den 2. juli 2019 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), punkt 81. I denne forbindelse henviste generaladvokaten til at man i Tjekkiet for to årtier siden havde indført en regel, der gav førstehedsret til fodgængere, som går over gaden, i forhold til passerende køretøjer i udpegede områder. Det, der oprindeligt blev opfattet som en færdselsregel under den offentlige orden, havde i mellemtiden udviklet sig til en moralsk regel.

¹⁶⁹ Ibid., punkt 76, og Rettens dom af 12. december 2019 i sag T-683/18, Santa Conte mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (CANNABIS STORE AMSTERDAM) (figurmærke), præmis 72. Se afsnit 7.3.1 ovenfor.

¹⁷⁰ Jf. forslag til afgørelse fra generaladvokat M. Bobek fremsat den 2. juli 2019 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), punkt 76. Se afsnit 7.3.1 ovenfor.

oppefra og nedefter,¹⁷¹ og vurderingen af, om et varemærke strider mod den offentlige orden, er baseret på objektive kriterier.¹⁷² Derimod bygger sædelighed på samfundets fremherskende sociale konsensus¹⁷³ og kan efterprøves på baggrund af den relevante kundekreds' opfattelse af varemærket.¹⁷⁴ Sædelighed er således formuleret nedefra og oppefra, og vurderingen af, om et varemærke strider mod sædelighed, er baseret på subjektive værdier,¹⁷⁵ som skal anvendes så objektivt som muligt.¹⁷⁶ Vurderingen af, om et varemærke strider mod sædelighed, adskiller sig således grundlæggende fra vurderingen af, om et varemærke strider mod den offentlige orden.¹⁷⁷

Hvorvidt et varemærke nægtes registrering under henvisning til den offentlige orden, sædelighed eller begge dele, er desuden afgørende for, om registreringshindringen kan »overvindes«. ¹⁷⁸ Denne mulighed kan navnlig få betydning, hvis varemærkeindehaveren på et senere tidspunkt indgiver en ny ansøgning om registrering af det samme varemærke. Som altovervejende udgangspunkt har varemærkeindehaveren ingen indflydelse på, hvorvidt vedkommendes varemærke strider mod den offentlige orden, da denne fastsættes oppefra af den relevante offentlige myndighed¹⁷⁹ og efterprøves på

¹⁷¹ Jf. forslag til afgørelse fra generaladvokat M. Bobek fremsat den 2. juli 2019 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), punkt 77 og 79.

¹⁷² Ibid., punkt 78-79, og European Union Intellectual Property Office. (2025). *Trade Mark Guidelines*, afsnit B.4.7.2.

¹⁷³ Jf. Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 39. Se afsnit 7.4.1 ovenfor.

¹⁷⁴ Ibid., præmis 40-43, Davis, J., & Żelechowski, Ł. (2023). *Bad Faith, Public Policy and Morality: How Open Concepts Shape Trade Mark Protection*, side 874-875, og Senftleben, M. (2022). *No Trademark Protection for Artworks in the Public Domain – A Practical Guide to the Application of Public Order and Morality as Grounds for Refusal*, side 11. Se afsnit 7.4.1 ovenfor.

¹⁷⁵ Jf. forslag til afgørelse fra generaladvokat M. Bobek fremsat den 2. juli 2019 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), punkt 77-78, og European Union Intellectual Property Office. (2025). *Trade Mark Guidelines*, afsnit B.4.7.3.

¹⁷⁶ Jf. European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 8, og European Union Intellectual Property Office. (2025). *Trade Mark Guidelines*, afsnit B.4.7.3.

¹⁷⁷ Jf. Davis, J., & Żelechowski, Ł. (2023). *Bad Faith, Public Policy and Morality: How Open Concepts Shape Trade Mark Protection*, side 874-875, og Senftleben, M. (2022). *No Trademark Protection for Artworks in the Public Domain – A Practical Guide to the Application of Public Order and Morality as Grounds for Refusal*, side 11.

¹⁷⁸ Begrebet »overvinde« beskriver det forhold, at en absolut registreringshindring, der er til hinder for registrering af et varemærke, ikke længere består. Definitionen er udarbejdet af afhandlingens forfatter med inspiration fra Patent- og Varemærkestyrelsen. (n.d.). *Guidelines for varemærker*, afsnit Varemærker som strider mod lov, underafsnit At overvinde en hindring om at mærket strider mod lov, fane Artikel. Dette overvindelsesprincip gælder ligeledes for visse andre registreringshindringer. Det forhold, at et varemærke strider mod lov, kan overvindes, hvis varemærket bringes i overensstemmelse med de pågældende lovbestemmelser. Tilsvarende kan det forhold, at et varemærke mangler særpræg, overvindes gennem indarbejdelse, jf. Vml § 3, stk. 3, 2. pkt., og § 13, stk. 2, og Vmf artikel 7, stk. 3. Se afsnit 3.3 ovenfor.

¹⁷⁹ Jf. forslag til afgørelse fra generaladvokat M. Bobek fremsat den 2. juli 2019 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), punkt 76, og Rettens dom af 12. december 2019 i sag T-683/18, Santa Conte mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (CANNABIS STORE AMSTERDAM) (figurmærke), præmis 72. Se afsnit 7.3.1 ovenfor.

baggrund af retskilder og/eller politiske retningslinjer.¹⁸⁰ Det forholder sig imidlertid anderledes med hensyn til sædelighed. Vurderingen af, om et varemærke strider mod sædelighed, beror nemlig på den relevante kundekreds' opfattelse.¹⁸¹ Denne opfattelse kan i et vist omfang påvirkes, f.eks. gennem målrettede og intensive markedsføringskampagner. Ændringer i den relevante kundekreds' opfattelse kan medføre, at et varemærke, som tidligere blev anset for at stride mod sædelighed, ved en senere ansøgning opfattes som moralsk acceptabelt og dermed foreneligt med sædelighed.

I sag T-52/13 ansøgte et selskab om registrering af EU-ordmærket »Ficken«, som var navnet på en serie af alkoholholdige drikkevarer, selskabet solgte. Varemærket blev i 2013 nægtet registrering under henvisning til, at det stred mod sædeligheden som følge af dets seksuelle konnotation.¹⁸² En række år senere i sagerne R 1650/2023-2 og R 2460/2024-2 ansøgte det samme selskab på ny om registrering af det samme varemærke.^{183 184} Selskabet gjorde i de nye sager gældende, at dets produkter kunne købes i mange store supermarkeder og onlinebutikker,¹⁸⁵ at der årligt blev solgt over en million flasker i Tyskland, at forholdene var lignende i Østrig, og at der var blevet reklameret for varemærket via sociale medier,¹⁸⁶ hvor selskabet havde opnået betydelig succes.¹⁸⁷ BoA fremhævede imidlertid, at produkternes kommercielle succes ikke i sig selv indebar, at den relevante kundekreds opfattede varemærket som moralsk acceptabelt og dermed som foreneligt med sædeligheden.¹⁸⁸ Produkterne kunne være blevet købt på grund af deres kvalitet eller af andre grunde uafhængigt af varemærkets egenskaber. Det kunne desuden ikke udelukkes, at det vulgære navn havde bidraget til produkternes popularitet.¹⁸⁹ Varemærket blev derfor igen nægtet registrering i henholdsvis 2023 og 2025, dels under henvisning til, at det fortsat stred mod sædeligheden,¹⁹⁰ dels under hensyn til processuelle forhold.¹⁹¹

Sagerne illustrerer dog, at det i princippet er muligt at overvinde det forhold, at et varemærke strider mod sædelighed. Det forudsætter, at den relevante kundekreds' opfattelse har ændret sig, således at varemærket i mellemtiden opfattes som foreneligt med sædelighed. Der stilles dog relativt strenge krav til beviset eller indikationerne herfor. Var varemærket derimod blevet nægtet registrering under henvisning til den offentlige orden, ville de af selskabet anførte forhold være

¹⁸⁰ Jf. forslag til afgørelse fra generaladvokat M. Bobek fremsat den 2. juli 2019 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), punkt 76. Se afsnit 7.3.1 ovenfor.

¹⁸¹ Jf. Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 40-43, Davis, J., & Żelechowski, Ł. (2023). *Bad Faith, Public Policy and Morality: How Open Concepts Shape Trade Mark Protection*, side 874-875, og Senftleben, M. (2022). *No Trademark Protection for Artworks in the Public Domain – A Practical Guide to the Application of Public Order and Morality as Grounds for Refusal*, side 11. Se afsnit 7.4.1 ovenfor.

¹⁸² Jf. Rettens dom af 14. november 2013 i sag T-52/13, Etag Trade Mark Company GmbH & Co. KG mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (FICKEN) (ordmærke), præmis 24 og 43.

¹⁸³ Jf. Anden Appellkammers afgørelse af 12. oktober 2023 i sag R 1650/2023-2 (FICKEN) (ordmærke), præmis 13, hvor BoA bemærkede, at ansøgeren i sag T-52/13 og den foreliggende sag var det samme selskab.

¹⁸⁴ Jf. Anden Appellkammers afgørelse af 20. marts 2025 i sag R 2460/2024-2 (FICKEN) (ordmærke), præmis 12 og 16, hvor BoA bemærkede, at ansøgeren i sag T-52/13, sag R 1650/2023-2 og den foreliggende sag var det samme selskab.

¹⁸⁵ Ibid., præmis 6.

¹⁸⁶ Jf. Anden Appellkammers afgørelse af 12. oktober 2023 i sag R 1650/2023-2 (FICKEN) (ordmærke), præmis 15.

¹⁸⁷ Jf. Anden Appellkammers afgørelse af 20. marts 2025 i sag R 2460/2024-2 (FICKEN) (ordmærke), præmis 6.

¹⁸⁸ Jf. Anden Appellkammers afgørelse af 12. oktober 2023 i sag R 1650/2023-2 (FICKEN) (ordmærke), præmis 18 og 44.

¹⁸⁹ Ibid., præmis 18.

¹⁹⁰ Ibid., præmis 21 og 59.

¹⁹¹ Ibid., præmis 6-20, og Anden Appellkammers afgørelse af 20. marts 2025 i sag R 2460/2024-2 (FICKEN) (ordmærke), præmis 7-9.

uden betydning, da vurderingen af, om et varemærke strider mod den offentlige orden, ikke beror på den relevante kundekreds' opfattelse af varemærket.

I ældre litteratur har nogle forfattere argumenteret for, at det ikke er nødvendigt at skelne mellem den offentlige orden og sædelighed, da det ikke er muligt at foretage en klar sontring mellem de to begreber.¹⁹² Andre forfattere har anført, at en sontring ikke er nødvendig, da den retlige følge – at varemærket ikke opnår varemærkebeskyttelse – er den samme, uanset om varemærket strider mod den offentlige orden eller sædelighed.¹⁹³

Vml § 14, stk. 1, nr. 2, Vmd artikel 4, stk. 1, litra f, og Vmf artikel 7, stk. 1, litra f, anvender alle ordet »eller« som konjunktion. Ordet anvendes blandt andet mellem to eller flere sideordnede led for at angive at de er alternativer,¹⁹⁴ eller for at angive at det sidste led er en anden måde at udtrykke noget på.¹⁹⁵ Bestemmelsernes ordlyde giver således ikke et entydigt svar på, hvorvidt det er nødvendigt at skelne mellem begreberne.

Ældre praksis giver divergerende svar til, hvorvidt det er nødvendigt at skelne mellem den offentlige orden og sædelighed. I visse sager er undersøgelsen af, om varemærket stred mod den offentlige orden eller sædelighed, sket samlet,¹⁹⁶ jf. f.eks. sag R 176/2004-2, hvor BoA udtalte, at det er »abundantly clear«, at varemærket strider mod den offentlige orden og sædelighed.¹⁹⁷ I sag T-232/10 udtalte Retten, at BoA ikke foretog et fejlskøn »ved at fastslå, at det ansøgte varemærke var i strid med den offentlige orden eller sædelighed i opfattelsen hos den relevante kundekreds«. ¹⁹⁸ Rettens brug af ordet »eller« kan fortolkes således, at Retten anerkendte synspunktet om, at det ikke er nødvendigt at skelne mellem den offentlige orden og sædelighed. I andre sager er undersøgelsen af varemærket imidlertid fokuseret mere eller udelukkende på den offentlige orden eller sædelighed,¹⁹⁹ jf. f.eks. sag R 2804/2014-5, hvor BoA's undersøgelse af varemærket centrerede sig om den offentlige orden,²⁰⁰ og sag R 519/2015-4, hvor BoA's undersøgelse af varemærket centrerede sig om sædelighed.²⁰¹

¹⁹² Jf. Jehoram, T. C., Nispen, C. J. J. C. van, & Huydecoper, T. J. L. R. A. (2010). *European Trademark Law: Community Trademark Law and Harmonized National Trademark Law*. 1. udgave, side 171.

¹⁹³ Jf. Hasselblatt, G. N. (2015). *Community Trade Mark Regulation: A Commentary*, 1. udgave, side 125.

¹⁹⁴ Jf. Det Danske Sprog- og Litteraturselskab i Den Danske Ordbog. (2011). *Eller*, betydning 1. Som eksempel på ordets anvendelse i denne betydning nævnes blandt andet »vil du have kaffe eller te?«

¹⁹⁵ Ibid., betydning 2. Som eksempel på ordets anvendelse i denne betydning nævnes blandt andet »Prisen blev 100 dinarer eller 600 kr.«

¹⁹⁶ Jf. forslag til afgørelse fra generaladvokat M. Bobek fremsat den 2. juli 2019 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), punkt 71.

¹⁹⁷ Jf. Anden Appellkammers afgørelse af 29. september 2004 i sag R 176/2004-2 (BIN LADIN) (ordmærke), præmis 17.

¹⁹⁸ Jf. Rettens dom af 20. september 2011 i sag T-232/10, Couture Tech Ltd mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (Gengivelse af det sovjetiske våbenskjold) (figurmærke), præmis 72.

¹⁹⁹ Jf. forslag til afgørelse fra generaladvokat M. Bobek fremsat den 2. juli 2019 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), punkt 71.

²⁰⁰ Jf. Fjerte Appellkammers afgørelse af 6. februar 2015 i sag R 2804/2014-5 (MECHANICAL APARTHEID) (ordmærke), præmis 30.

²⁰¹ Jf. Fjerde Appellkammers afgørelse af 2. september 2015 i sag R 519/2015-4 (JEWISH MONKEYS) (ordmærke), præmis 10 og 15-16.

Dette synspunkt er dog ikke holdbart efter Rettens afgørelse i sag T-69/17²⁰² og Domstolens appel-afgørelse i sag C-240/18 P.²⁰³ Retten udtalte i sin afgørelse, at der ikke er pligt til at skelne mellem den offentlige orden og sædelighed.²⁰⁴ Domstolen udtalte imidlertid i sin appelaftgørelse, at varemærket i sagen ikke blev nægtet registrering som følge af, at varemærket »eventuelt stred mod den offentlige orden, men udelukkende fordi det stred mod [sædeligheden]«. ²⁰⁵ Det var således kun »med hensyn til denne sidste absolutte registreringshindring, at det første appelanbringende [skulle] undersøges.«²⁰⁶ Domstolen henviste derudover til generaladvokat M. Bobeks forslag til afgørelse i samme sag,²⁰⁷ hvor generaladvokaten dels forklarede begrebsoverlappet og begrebsforskellen mellem den offentlige orden og sædelighed, dels argumenterede for, at det er nødvendigt at skelne mellem den offentlige orden og sædelighed.²⁰⁸ Domstolen tog således afstand til Rettens udlægning om, at der ikke er pligt til at skelne mellem begreberne, da Domstolen anskuede den offentlige orden og sædelighed som særskilte absolutte registreringshindringer, da den begrænsede sin vurdering til sædelighed, og da den tilsluttede sig generaladvokatens udtalelser. Generaladvokaten fremhævede derudover, at det ikke følger af den kendsgerning, at den offentlige orden og sædelighed overlapper, at det ikke er nødvendigt at skelne mellem begreberne. Tværtimod er det nødvendigt at skelne, da sondringen som nævnt har betydning for hvad der skal vurderes, hvordan det skal vurderes,²⁰⁹ og om registreringshindringen eventuelt kan overvindes.

Forarbejderne til varemærkeloven rubricerer derudover den offentlige orden og sædelighed som særskilte absolutte registreringshindringer.²¹⁰ En tilsvarende sontring følger af PV's Guidelines for

²⁰² Rettens dom af 24. januar 2018 i sag T-69/17, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke).

²⁰³ Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke).

²⁰⁴ Jf. Rettens dom af 24. januar 2018 i sag T-69/17, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 23.

²⁰⁵ Jf. Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 38.

²⁰⁶ Ibid.

²⁰⁷ Ibid., præmis 39, hvor Domstolen blandt andet udtalte »Som generaladvokaten i det væsentlige har anført i punkt 77 i forslaget til afgørelse [...]«.

²⁰⁸ Jf. forslag til afgørelse fra generaladvokat M. Bobek fremsat den 2. juli 2019 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), punkt 77.

²⁰⁹ Ibid., punkt 60. Se indledningen til nærværende afsnit.

²¹⁰ Jf. lovforslag nr. L 49 af 3. oktober 2018 om ændring af varemærkeloven og forskellige andre love og om ophævelse af fællesmærkeloven, Folketingstidende 2018-19 (1. samling), tillæg A, side 59, hvor der blandt andet står »Henvisningen til »offentlig orden« udgør et værn mod [...]« og »Med henvisningen til »sædelighed« sigtes ikke alene til [...]«.

varemærker,²¹¹ EUIPO's Trade Mark Guidelines²¹² og EUIPN's CP14.²¹³ I både EUIPO's Trade Mark Guidelines og EUIPN's CP14 fremhæves det endvidere, at den offentlige orden og sædelighed er »to forskellige begreber«, der i visse tilfælde overlapper med hinanden.²¹⁴

Det er i øvrigt i nyere litteratur med anført, at en rationel lovgiver ikke ville anvende to forskellige begreber, hvis de havde samme betydning eller kunne anvendes i flæng,²¹⁵ endsige i samme bestemmelse. En udviskning af sontringen underminerer formålet med at opdele registreringshindringerne i selvstændige og indholdsmæssigt afgrænsede kategorier. Hver registreringshindring har særskilte og til tider overlappende beskyttelsesinteresser, og de opererer som udgangspunkt ud fra forskellige vurderingskriterier. Der er retssikkerhedsmæssige betænkeligheder forbundet med en sådan udviskning af sontringen, da det skaber uklarhed og uforudsigelighed om, hvordan et varemærke skal vurderes.

Udgangspunktet er derfor, at det er nødvendigt at skelne mellem den offentlige orden og sædelighed, således at vurderingen af, om et varemærke strider mod den offentlige orden, og vurderingen af, om et varemærke strider mod sædelighed, skal ske parallelt for at afgøre, om én eller begge registreringshindringer finder anvendelse. Det er imidlertid uklart, hvorvidt dette udgangspunkt kan fraviges, således at den offentlige orden og sædelighed behandles samlet, f.eks. hvis det er »abundantly clear«, at et varemærke både strider mod den offentlige orden og sædelighed, hvilket var tilfældet i sag R 176/2004-2, som er omtalt ovenfor i petit. En sådan undtagelse må dog afvises, under henvisning til, at sontringen har betydning for vurderingskriterierne, vurderingsmetoden, og om registreringshindringen kan overvindes. Hertil kommer formålsbetragtningerne og de retssikkerhedsmæssige betænkeligheder ved at udviske grænsen mellem de to begreber.

7.4.3. Forholdet mellem lov og sædelighed efter dansk varemærkeret

Begrebet »lov« forstås som gældende ret,²¹⁶ mens »sædelighed« forstås som grundlæggende moralske værdier og normer, som bygger på samfundets fremherskende sociale konsensus.²¹⁷ Begreberne

²¹¹ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsen. (n.d.). *Guidelines for varemærker*, afsnit Varemærker som strider mod den offentlige orden og Varemærker som strider mod sædelighed.

²¹² Jf. European Union Intellectual Property Office. (2025). *Trade Mark Guidelines*, afsnit B.4.7.1-B.4.7.3.

²¹³ Jf. European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 5-7.

²¹⁴ Ibid., side 7, og European Union Intellectual Property Office. (2025). *Trade Mark Guidelines*, afsnit B.4.7.1.

²¹⁵ Jf. Basire, Y., & Senftleben, M. (2023). *Public Policy and Morality in Trademark – Examination in the European Union*, side 596.

²¹⁶ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsen. (n.d.). *Guidelines for varemærker*, afsnit Varemærker som strider mod lov, fane Artikel, og Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 346. Se afsnit 7.2.1 ovenfor.

²¹⁷ Jf. Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 39. Se afsnit 7.4.1 ovenfor.

er ikke identiske, men de overlapper i et vist omfang, da visse regler udtrykker eller konkretiserer samfundets grundlæggende moralske værdier og normer. Et varemærke kan således stride mod lov, sædelighed eller begge dele på samme tid.

En vis vejledning til afgrænsningen mellem lov og sædelighed kan hentes fra sag T-224/01, hvor Retten udtalte, at et varemærkes faktiske eller potentielle anvendelse er uden betydning ved vurderingen af, om varemærket strider mod sædelighed.²¹⁸ Der opstår derfor kun et potentielt overlap mellem lov og sædelighed, såfremt et varemærkes egenskaber – og ikke dets anvendelse – er retsstridige. Varemærkets retsstridige egenskaber medfører imidlertid ikke i sig selv, at varemærket strider mod sædelighed. Hvorvidt et varemærke strider mod sædelighed, beror som nævnt på, om den relevante kundekreds opfatter varemærket som stridende mod samfundets grundlæggende moralske værdier og normer. Denne vurdering er en helhedsvurdering,²¹⁹ hvor varemærkets retsstridige egenskaber, og hvorvidt den overtrådte regel udtrykker eller konkretiserer en grundlæggende moralsk værdi eller norm er relevant at inddrage. Et varemærke kan derfor stride mod lov og sædelighed på samme tid, hvis dets egenskaber er retsstridige, og hvis den relevante kundekreds opfatter varemærket som stridende mod sædelighed, f.eks. fordi retsstridigheden relaterer sig til en regel, der udtrykker eller konkretiserer en grundlæggende moralsk værdi eller norm. Overlappet må ses i lyset af at Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 1. og 3. led, gennemfører Vmd artikel 4, stk. 1, litra f, hvorefter varemærker, som blandt andet strider mod sædelighed, ikke kan registreres.

7.4.4. *Sammenfatning*

Begrebet »sædelighed« i Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 3. led, og Vmf artikel 7, stk. 1, litra f, 2. led, forstås som grundlæggende moralske værdier og normer, som bygger på samfundets fremherskende sociale konsensus, og som kan variere over tid og sted. Da disse værdier og normer ikke kan findes uden for sociale normer og social kontekst, beror vurderingen af, om et varemærke strider mod sædelighed, på den relevante kundekreds' opfattelse af varemærket. Fastlæggelsen af den relevante kundekreds' opfattelse er en helhedsvurdering, hvor der blandt andet skal tages hensyn til varemærkets egenskaber samt andre sagsspecifikke omstændigheder og beviser, der kan belyse, hvordan den relevante kundekreds faktisk opfatter varemærket. Disse omstændigheder kan blandt andet omfatte lovgivning, administrativ praksis og den offentlige opfattelse. Sædelighed omfatter blandt andet varemærker, der indeholder blasfemiske, racistiske, diskriminerende krænkende, stødende, fornærmende eller stærkt seksualiserende elementer, eller som opfordrer til kriminalitet eller optøjer. Det omfatter derimod

²¹⁸ Jf. Rettens dom af 9. april 2003 i sag T-224/01, Durferrit GmbH mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (NU-TRIDE) (ordmærke), præmis 76.

²¹⁹ Jf. Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellektuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 40-43, Se afsnit 7.4.1 ovenfor.

ikke dårlig smag eller beskyttelsen af individers følelser, ligesom det er uden betydning, om varemærket har en positiv eller negativ konnotation.

Den offentlige orden og sædelighed i Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 2. og 3. led, overlapper i et vist omfang, da begge begreber relaterer sig til grundlæggende (moralske) værdier. De adskiller sig dog med hensyn til, hvordan indholdet fastsættes, efterprøves og eventuelt kan overvindes. Den offentlige orden defineres af den relevante offentlige myndighed, og kan efterprøves på baggrund af retskilder og/eller politiske retningslinjer, mens sædelighed bygger på samfundets fremherskende sociale konsensus og kan efterprøves på baggrund af den relevante kundekreds' opfattelse af varemærket. Varemærkeindehaveren har som udgangspunkt ikke mulighed for at overvinde det forhold, at vedkommendes varemærke strider mod den offentlige orden. Varemærkeindehaveren kan dog principielt overvinde det forhold, at vedkommendes varemærke strider mod sædelighed, da ændringer i den relevante kundekreds' opfattelse kan medføre, at varemærket senere anses som foreneligt med sædelighed.

I ældre litteratur har nogle forfattere argumenteret for, at det ikke er nødvendigt at sondre mellem den offentlige orden og sædelighed. Dette synspunkt må dog forkastes efter sag C-240/18 P, hvor Domstolen anskuede begreberne som særskilte absolutte registreringshindringer og begrænsede sin vurdering til sædelighed. Forarbejderne til varemærkeloven, PV's Guidelines for varemærker, EUIPO's Trade Mark Guidelines, EUIPN's CP14, nyere litteratur, formålsbetragtninger, retssikkerhedsmæssige hensyn samt forskelle i vurderingskriterier, vurderingsmetode og muligheden for at overvinde registreringshindringen taler ligeledes for, at en sontring er nødvendig. Udgangspunktet er derfor, at det er nødvendigt at skelne mellem den offentlige orden og sædelighed, således at hver absolut registreringshindring skal vurderes særskilt, selv hvor det er klart, at et varemærke strider mod både den offentlige orden og sædelighed.

Lov og sædelighed i Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 1. og 3. led, er to forskellige, men delvist overlappende begreber, da visse regler udtrykker eller konkretiserer samfundets grundlæggende moralske værdier og normer. Der opstår kun et potentielt overlap, såfremt varemærkets egenskaber er retsstridige. Denne omstændighed medfører imidlertid ikke i sig selv, at varemærket strider mod sædelighed. Vurderingen af, om et varemærke strider mod sædelighed, beror nemlig på, om den relevante kundekreds opfatter varemærket som stridende mod samfundets grundlæggende moralske værdier og normer. Hvorvidt dette er tilfældet, er en helhedsvurdering, hvor der blandt andet skal tages hensyn til varemærkets retsstridige egenskaber, og om den overtrådte regel udtrykker eller konkretiserer en grundlæggende moralsk værdi eller norm. Er varemærkets egenskaber retsstridige, og opfatter den relevante kundekreds varemærket som stridende mod sædelighed, er varemærket omfattet af både lov og sædelighed.

8. Vurderingen af, om et varemærke strider mod lov, den offentlige orden eller sædelighed

8.1. Indledning

Ved vurderingen af, om et varemærke strider mod lov, den offentlige orden eller sædelighed, skal der foretages en analyse af en række forhold. Afhængigt af varemærket og hvilken absolut registreringshindring der gøres gældende, kan det være relevant at fastslå hvem den relevante kundekreds består af, hvilken del af den relevante kundekreds opfattelsen af varemærket skal baseres på, hvor stor en del af den relevante kundekreds, der skal dele den pågældende opfattelse, betydningen af de varer og/eller tjenesteydelser, som varemærket anvendes eller søges registreret for, andre omstændigheder, der kan påvirke den relevante kundekreds' opfattelse af varemærket, og hvilket tidspunkt vurderingen skal tage udgangspunkt i. Ved anvendelsen af disse absolutte registreringshindringer skal der desuden tages hensyn til grundrettighederne, navnlig ytringsfriheden. Hertil findes der en række forhold, som er uden betydning for vurderingen.²²⁰ De følgende afsnit har til formål at belyse, hvordan disse analyser foretages.

8.2. Den relevante kundekreds

8.2.1. *Den relevante kundekreds og vurderingen af, om et varemærke strider mod den offentlige orden eller sædelighed*

Vurderingen af, om et varemærke strider mod den offentlige orden eller sædelighed, sker på grundlag af det pågældende varemærke. Et varemærke kan imidlertid forstås på forskellig vis, afhængigt af, hvem der ser på det. For at objektivere denne forståelse, fastslås varemærkets betydning eller betydninger ud fra, hvordan den relevante kundekreds opfatter varemærket.²²¹ Derudover tager vurderingen af, om et varemærke strider mod sædelighed, udgangspunkt i, om den relevante kundekreds eller i det mindste en betydelig del heraf,²²² opfatter varemærket som stridende mod samfundets grundlæggende moralske værdier og normer,²²³ da disse værdier og normer ikke kan forstås uafhængigt af

²²⁰ Vurderingskriterierne er kategoriseret med inspiration fra European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 8 og 11-16.

²²¹ Jf. Rettens dom af 20. september 2011 i sag T-232/10, Couture Tech Ltd mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (Gengivelse af det sovjetiske våbenskjold) (figurmærke), præmis 50, og European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 11.

²²² Jf. European Union Intellectual Property Office. (2025). *Trade Mark Guidelines*, afsnit B.4.7.3, og Schovsbo, J. H., & Riis, T. (2018). *Public Policy Limitations of Trade Mark Subject Matter – An EU Perspective*, side 247. Se afsnit 7.4.1 ovenfor.

²²³ Jf. Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellektuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 40-41, Davis, J., & Żelechowski, Ł. (2023). *Bad Faith, Public Policy and Morality: How Open Concepts Shape Trade Mark Protection*,

sociale normer og social kontekst.²²⁴ Den relevante kundekreds er således et centralt referencepunkt i vurderingen af, om et varemærke strider mod den offentlige orden eller sædelighed, da den dels anvendes til at fastlægge betydningen af et varemærke, og dels anvendes til at vurdere, om et varemærke strider mod eller er foreneligt med sædelighed.

8.2.1.1. Den relevante kundekreds' sammensætning og opfattelse

Den relevante kundekreds er ikke nødvendigvis begrænset til de personer, som de varer og/eller tjenesteydelser, varemærket anvendes eller søges registreret for, er direkte henvendt til. Den omfatter også andre personer, der utilsigtet kan støde på varemærket i hverdagen. Den relevante kundekreds består derfor af de personer, som sandsynligvis vil støde på varemærket.²²⁵ Varemærkets betydning og spørgsmålet om, hvorvidt varemærket strider mod sædelighed, kan imidlertid ikke fastlægges ud fra den del af den relevante kundekreds, der stødes meget let, eller den del af den relevante kundekreds, der er umulig at chokere. I stedet skal disse forhold vurderes ud fra opfattelsen hos en fornuftig person med gennemsnitlige følsomheds- og tolerancetærskler, som ligger mellem disse to yderpunkter.²²⁶

Mindst en betydelig del af den relevante kundekreds skal dele den pågældende opfattelse, før opfattelsen kan lægges til grund.²²⁷ For EU-varemærker gælder den særlige regel, at et varemærke nægtes registrering, såfremt varemærket strider mod den offentlige orden eller sædelighed i blot en del af EU, jf. Vmf artikel 7, stk. 2, jf. stk. 1, litra f. Denne »del af EU« kan udgøres af en enkelt medlemsstat.²²⁸ Hvis den relevante kundekreds eller en betydelig del heraf i blot én medlemsstat opfatter varemærket som stridende mod sædelighed, bliver varemærket således nægtet registrering.

side 874-875, og Senftleben, M. (2022). *No Trademark Protection for Artworks in the Public Domain – A Practical Guide to the Application of Public Order and Morality as Grounds for Refusal*, side 11. Se afsnit 7.4.1 ovenfor.

²²⁴ Jf. forslag til afgørelse fra generaladvokat M. Bobek fremsat den 2. juli 2019 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellektuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), punkt 80. Se afsnit 7.4.1 ovenfor.

²²⁵ Jf. Rettens dom af 5. oktober 2011 i sag T-526/09, PAKI Logistics GmbH mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (PAKI) (ordmærke), præmis 18, Det Store Appellkammers afgørelse af 6. juli 2006 i sag R 495/2005-G (SCREW YOU) (ordmærke), præmis 21 og 26, og European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 12.

²²⁶ Jf. Det Store Appellkammers afgørelse af 6. juli 2006 i sag R 495/2005-G (SCREW YOU) (ordmærke), præmis 21, og European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 12.

²²⁷ Jf. European Union Intellectual Property Office. (2025). *Trade Mark Guidelines*, afsnit B.4.7.3, og Schovsbo, J. H., & Riis, T. (2018). *Public Policy Limitations of Trade Mark Subject Matter – An EU Perspective*, side 247. Se afsnit 7.4.1 ovenfor.

²²⁸ Jf. Rettens dom af 20. september 2011 i sag T-232/10, Couture Tech Ltd mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (Gengivelse af det sovjetiske våbenskjold) (figurmærke), præmis 26.

8.2.1.2. De varer og/eller tjenesteydelser, som varemærket anvendes eller søges registreret for

Forskellige varer og/eller tjenesteydelser udbydes på forskellig vis,²²⁹ hvilket kan ændre den relevante kundekreds' sammensætning og opfattelse af varemærket.²³⁰ Der må dog sondres mellem tilfælde, hvor varemærkets betydning og/eller budskab er så åbenlyst i strid med den offentlige orden eller sædelighed, at de varer og/eller tjenesteydelser, varemærket anvendes eller søges registreret for, er uden betydning, og tilfælde, hvor opfattelsen af varemærket afhænger af de pågældende varer og/eller tjenesteydelser.²³¹ Er der tale om forbrugsvarer og/eller -tjenesteydelser rettet mod den brede offentlighed, som er tilgængelige i ikke-specialiserede butikker, er det mere sandsynligt, at et stort antal mennesker, herunder børn og unge, vil støde på varemærket.²³² Er varerne og/eller tjenesteydelserne derimod rettet mod et nichemarked, er det mere sandsynligt, at kun en specifik målgruppe vil komme i kontakt med varemærket,²³³ f.eks. varer og/eller tjenesteydelser, der kun sælges i autoriserede sexbutikker, hvor den relevante kundekreds sandsynligvis vil have en mere afslappet holdning.²³⁴

Sag T-526/09 er illustrativ for den førstnævnte kategori af tilfælde. Sagen vedrørte registreringen af EU-ordmærket »PAKI«.²³⁵ Retten fandt, at varemærket grundet sin racistiske betydning stred mod den offentlige orden og sædelighed, uanset hvilke varer og tjenesteydelser varemærket blev anvendt eller søgt registreret for.²³⁶

Den sidstnævnte kategori af tilfælde kan illustreres med et fiktivt ordmærke bestående af ordene »Kill them all«. Anvendes eller søges varemærket registreret for underholdningsvirksomhed for børn, opfattes varemærket sandsynligvis af den relevante kundekreds som en opfordring til at begå kriminalitet. Anvendes eller søges varemærket imidlertid registreret for insekticider, opfattes varemærket sandsynligvis af den relevante kundekreds som en henvisning til aflivning af insekter.²³⁷

De varer og/eller tjenesteydelser varemærket anvendes eller søges registreret kan således være relevante ved fastsættelsen af den relevante kundekreds' sammensætning og opfattelse. Varernes og/eller

²²⁹ Jf. European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 13-14.

²³⁰ Jf. European Union Intellectual Property Office. (2025). *Trade Mark Guidelines*, afsnit B.4.7.3.

²³¹ Jf. European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 12-14, og Basire, Y., & Senftleben, M. (2023). *Public Policy and Morality in Trademark – Examination in the European Union*, side 602-603.

²³² Jf. European Union Intellectual Property Office Boards of Appeal. (2021). *Case-law Research Report – Trade marks contrary to public policy or accepted principles of morality*, side 8.

²³³ Ibid.

²³⁴ Jf. European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 14 med henvisning til Det Store Appelkammers afgørelse af 6. juli 2006 i sag R 495/2005-G (SCREW YOU) (ordmærke), præmis 21.

²³⁵ Jf. Rettens dom af 5. oktober 2011 i sag T-526/09, PAKI Logistics GmbH mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (PAKI) (ordmærke), præmis 2.

²³⁶ Ibid., præmis 15.

²³⁷ Eksemplet er taget fra European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 14.

tjenesteydelseernes beskaffenhed må dog ikke i sig selv være til hinder for registrering af varemærket, jf. Pkv artikel 7.²³⁸

8.2.1.3. *Andre omstændigheder, der kan påvirke den relevante kundekreds' opfattelse af varemærket*

Ved fastsættelsen af den relevante kundekreds' opfattelse af et varemærke, skal der tages hensyn til varemærkets egenskaber samt andre sagsspecifikke omstændigheder og beviser, der kan belyse, hvordan den relevante kundekreds faktisk opfatter varemærket.²³⁹ Sådanne omstændigheder kan blandt andet omfatte varemærkets sproglige og geografiske rækkevidde,²⁴⁰ historiske, kulturelle, religiøse, filosofiske eller politiske forhold²⁴¹ samt lovgivning, administrativ praksis og den offentlige opfattelse.²⁴² Ved vurderingen af danske varemærker skal der tages hensyn til forholdene i Danmark, i Grønland og på Færøerne,²⁴³ mens vurderingen af EU-varemærker kræver hensyntagen til de særlige omstændigheder i hver enkelt medlemsstat og de fælles omstændigheder i alle medlemsstaterne, som kan påvirke opfattelsen hos den relevante kundekreds.²⁴⁴

Er et varemærke udformet på et sprog, som den relevante kundekreds ikke forstår, eller som forstås af dele af eller hele den relevante kundekreds, kan opfattelsen afhænge af, om den relevante kundekreds har det pågældende sprog som modersmål. Eksempelvis er opfattelsen af et engelsk udtryk hos en person, der ikke har engelsk som modersmål, ikke nødvendigvis den samme som opfattelsen hos en person, der har engelsk som modersmål.²⁴⁵ Den relevante kundekreds' sprogforståelse er ikke nødvendigvis bestemt af geografiske grænser. Dele af et ordforråd på et givet sprog kan af historiske, kulturelle eller grænseoverskridende markedsmæssige årsager forstås i en bredere offentlighed i andre medlemsstater.²⁴⁶ Ved vurderingen af EU-varemærker skal der tages hensyn til de officielle sprog

²³⁸ Jf. Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 347, og Basire, Y., & Senftleben, M. (2023). *Public Policy and Morality in Trademark – Examination in the European Union*, side 602.

²³⁹ Jf. Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 42-43.

²⁴⁰ Jf. European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 14-15.

²⁴¹ Ibid., side 15.

²⁴² Jf. Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 42-43, og European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 15-16.

²⁴³ Jf. Korsgaard, R., & Dokkedahl, N. (2021). *Kalak, kongehuset og kunstværker – om varemærker i strid med den offentlige orden eller sædelighed*, side 298.

²⁴⁴ Jf. Rettens dom af 20. september 2011 i sag T-232/10, Couture Tech Ltd mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (Gengivelse af det sovjetiske våbenskjold) (figurmærke), præmis 26.

²⁴⁵ Jf. Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 68, og European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 15.

²⁴⁶ Jf. European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 15.

i EU og medlemsstaterne, regionale sprog og dialekter, minoritetssprog samt de sprog, som forstås af en betydelig del af befolkningen, såsom russisk i de baltiske lande, eller arabisk i Frankrig, Belgien og Nederlandene.²⁴⁷

Den relevante kundekreds' opfattelse kan også påvirkes af historiske, kulturelle, religiøse, filosofiske eller politiske forhold.²⁴⁸ Eksempelvis vedrørte sag T-232/10 registreringen af et EU-figurmærke, der gengav det sovjetiske våbenskjold, og som blandt andet indeholdt en hammer og et segl samt en rød femtakket stjerne.²⁴⁹ Retten fandt, at varemærket blev opfattet som historisk, kulturelt og politisk følsomt for den relevante kundekreds i Ungarn, da brugen af hammer og segl og den røde femtakkede stjerne var forbrudt efter den ungarske straffelov,²⁵⁰ og da en betydelig del af den relevante kundekreds i Ungarn oplevede en periode med afgørende påvirkning fra det tidligere Sovjetunionen.²⁵¹

Andre sagsspecifikke omstændigheder og beviser, såsom lovgivning, administrativ praksis, bøger, artikler, ordbogsdefinitioner eller andre kilder og omstændigheder, kan desuden belyse, hvordan den relevante kundekreds opfatter varemærket.²⁵² Selv om der skal tages behørigt hensyn hertil, er det også vigtigt at understrege, at disse omstændigheder og beviser alene kan tages som indikationer, idet det afgørende for vurderingen er, hvordan den relevante kundekreds opfatter varemærket.

Dette illustreres af sag T-69/17 og appelafgørelsen i sag C-240/18 P, der vedrørte registreringen af EU-ordmærket »Fack Ju Göhte«, som var titlen på en serie af tyske komediefilm produceret af ansøgeren.²⁵³ Varemærket bestod af en fonetisk transskription og fejlstavning af det engelske vulgære udtryk »fuck you« og en fejlstavning af efternavnet på den tyske forfatter og digter Johann Wolfgang von Goethe. Retten fandt, at den relevante kundekreds opfattede varemærket som stridende mod sædelighed som følge af den iboende vulgaritet i udtrykket »Fack Ju«.²⁵⁴ Retten anlagde således en abstrakt vurdering af varemærket, da de omstændigheder at filmene var set af millioner af mennesker,²⁵⁵ at filmene havde stor succes i den brede tysktalende kundekreds,²⁵⁶ herunder i Tyskland og Østrig,²⁵⁷ at titlen ikke skabte noget særligt postyr,

²⁴⁷ Jf. Basire, Y., & Senftleben, M. (2023). *Public Policy and Morality in Trademark – Examination in the European Union*, side 598-599.

²⁴⁸ Jf. European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 15.

²⁴⁹ Jf. Rettens dom af 20. september 2011 i sag T-232/10, Couture Tech Ltd mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (Gengivelse af det sovjetiske våbenskjold) (figurmærke), præmis 61.

²⁵⁰ Ibid., præmis 53 og 57-58.

²⁵¹ Ibid., præmis 64.

²⁵² Jf. Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 42-43, og European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 15-16.

²⁵³ Jf. Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 9.

²⁵⁴ Jf. Rettens dom af 24. januar 2018 i sag T-69/17, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 18 og 32.

²⁵⁵ Ibid., præmis 19.

²⁵⁶ Jf. Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 52.

²⁵⁷ Ibid., præmis 9, 45, 64 og 67.

at filmene blev frigivet til visning for et yngre publikum, og at filmene blev promoveret af det tyske kulturinstitut Goethe-Institutet,²⁵⁸ ikke ændrede Rettens vurdering af varemærket. Domstolen var imidlertid uenig i Rettens vurdering, da Rettens vurdering havde været abstrakt, uden at der var taget behørigt hensyn til de omstændigheder, der belyste, hvordan den relevante kundekreds faktisk opfattede varemærket,²⁵⁹ herunder filmenes udbredelse og succes, manglen på offentlig forargelse og den brede kulturelle accept, herunder fra Goethe-Institutet.²⁶⁰ Domstolen fandt herefter, at varemærket var foreneligt med sædeligheden.²⁶¹

Da det afgørende er, hvordan den relevante kundekreds opfatter varemærket, er varemærkeindehaverens hensigt, sindstilstand og motiver uden betydning. Det har således ingen betydning, om varemærkeindehaveren havde til hensigt at chokere, provokere, håne, forstyrre eller latterliggøre.²⁶²

8.2.2. *Den relevante kundekreds og vurderingen af, om et varemærke strider mod lov*

Vurderingen af, om et varemærke strider mod lov, beror på, om varemærkets egenskaber eller dets anvendelse²⁶³ overtræder en relevant regel uden for varemærkeretten.²⁶⁴ Hvorvidt dette er tilfældet, beror på konkret vurdering ud fra den pågældende regel.

Nogle retningslinjer for denne vurdering kan hentes fra U 2003.537 H. Sagen vedrørte ophævelsen af varemærket »beton-apoteket«, der var registreret for hærdemidler og cementmørtel til reparation og beskyttelse af beton. Efter den dagældende apotekerlov var betegnelsen »apotek« eller betegnelser, hvori ordet indgik, forbeholdt apoteker og visse tilknyttede virksomheder.²⁶⁵ Forarbejderne præciserede dog, at der ikke blev grebet ind over for brugen af ordet apotek i sammenhænge, hvor der ikke forelå mulighed for forveksling af lægemiddelhandel.²⁶⁶ Højesteret fastslog, at der ikke forelå et absolut forbud mod at anvende ordet apotek uden for området for apoteksvirksomhed, og at de pågældende bestemmelser tjente sundhedsmæssige beskyttelsesformål. Da anvendelsen af varemærket ikke gav anledning til forveksling med lægemiddelhandel og ikke stred mod bestemmelsernes sundhedsmæssige beskyttelsesformål, blev registreringen opretholdt.

²⁵⁸ Jf. Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 52 og 67.

²⁵⁹ Ibid., præmis 49-52.

²⁶⁰ Ibid., præmis 67.

²⁶¹ Ibid., præmis 69.

²⁶² Jf. Rettens dom af 9. april 2003 i sag T-224/01, Durferrit GmbH mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (NU-TRIDE) (ordmærke), præmis 76, og Basire, Y., & Senfleben, M. (2023). *Public Policy and Morality in Trademark – Examination in the European Union*, side 601.

²⁶³ Jf. betænkning nr. 199/1958 vedrørende en ny dansk lov om varemærker, side 124, Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 346. Se afsnit 7.2.1 ovenfor.

²⁶⁴ Jf. lovforslag nr. L 49 af 3. oktober 2018 om ændring af varemærkeloven og forskellige andre love og om ophævelse af fællesmærkeloven, Folketingstidende 2018-19 (1. samling), tillæg A, side 59. Se afsnit 7.2.1 ovenfor.

²⁶⁵ Jf. lovbekendtgørelse nr. 657 af 28. juli 1995 af lov om apoteksvirksomhed § 2, stk. 2, jf. § 1, stk. 2.

²⁶⁶ Jf. lovforslag nr. L 109 af 15. marts 1984 om lov om apoteksvirksomhed, Folketingstidende 1983-84 (2. samling), tillæg A, spalte 2521.

Af dommen kan det udledes, at det er relevant at vurdere, om den relevante regel opstiller et absolut forbud mod varemærkets egenskaber eller dets anvendelse, eller om reglen tillader varemærkets egenskaber eller anvendelse efter en skønsmæssig vurdering. Afhængigt af den pågældende regel, kan de varer eller tjenesteydelser, som varemærket anvendes, søges registreret eller er registreret for, være centrale for bedømmelsen. Det er samtidig interessant, at Højesteret ikke inddrog den relevante kundekreds eller dennes opfattelse i vurderingen. Dette kan tages som en indikation på, at den relevante kundekreds er uden betydning ved vurderingen af, om et varemærke strider mod lov. Dette harmonerer med, at vurderingen vedrører en regel uden for varemærkeretten, og at den relevante kundekreds er en varemærkeretlig konstruktion, der ikke anvendes inden for andre retsområder.

Denne tendens afspejles også i PV's administrative praksis. I sagerne VA 2009 03659 (Notar.dk),²⁶⁷ VA 2017 01685 (GRANOLA),²⁶⁸ FA 2018 00006 (SOUS VIDE FOOD SAFE),²⁶⁹ VA 2019 01810 (julemælk),²⁷⁰ VA 2021 02486 (Smart makro Øko Protein penne),²⁷¹ VA 2023 00943 (Elitemilk),²⁷² og VA 2024 00945 (Findbank.dk)²⁷³ blev varemærkerne (delvist) nægtet registrering under henvisning til, at (dele af) varemærkerne stred mod lov, uden at den relevante kundekreds eller dennes opfattelse blev inddraget, hvilket understøtter, at den relevante kundekreds er en omstændighed, der er uden betydning ved vurderingen af, om et varemærke strider mod lov.

Fraværet af den relevante kundekreds som referencepunkt i vurderingen må dog forudsætte, at varemærkets betydning umiddelbart kan fastsættes, ligesom den relevante regel som nævnt skal have et så præcist indhold, at retsstridigheden umiddelbart kan konstateres i forbindelse med sagsbehandlingen.²⁷⁴

8.3. Vurderingstidspunktet

Vurderingen af, om et varemærke strider mod lov, den offentlige orden eller sædelighed, baseres som udgangspunkt på omstændighederne på ansøgningstidspunktet.²⁷⁵ Dette princip kan dog komme i

²⁶⁷ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2009 03659 (Notar.dk) (ordmærke), afslagsbrev af 8. juni 2011, side 2.

²⁶⁸ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2017 01685 (GRANOLA) (figurmærke), afslagsbrev af 28. juni 2018, side 3.

²⁶⁹ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag FA 2018 00006 (SOUS VIDE FOOD SAFE) (figurmærke), afslagsbrev af 14. maj 2019, side 2.

²⁷⁰ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2019 01810 (julemælk) (ordmærke), afslagsbrev af 6. juli 2020, side 2-3.

²⁷¹ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2021 02486 (Smart makro Øko Protein penne) (formmærke), afslagsbrev af 30. juni 2022, side 1.

²⁷² Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2023 00943 (Elitemilk) (ordmærke), afslagsbrev af 17. juli 2023, side 1-2.

²⁷³ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2024 00945 (Findbank.dk) (ordmærke), afslagsbrev af 20. marts 2025, side 1-2.

²⁷⁴ Jf. Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, side 347.

²⁷⁵ Jf. Rettens dom af 3. juni 2009 i sag T-189/07, Frosch Touristik GmbH mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (FLUGBÖRSE) (ordmærke), præmis 19 og 29, og Domstolens appeldom af 23. april 2010 i sag C-332/09 P, Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) mod Frosch Touristik GmbH (FLUGBÖRSE) (ordmærke), præmis 41 og 58.

konflikt med begrebernes dynamiske karakter,²⁷⁶ f.eks. hvis der indtræffer usædvanlige omstændigheder efter ansøgningstidspunktet men inden den endelige afgørelse, som påvirker varemærkets forenelighed med begreberne. Hvis kun ansøgningstidspunktet er relevant, vil varemærker, som på ansøgningstidspunktet er forenelige med begreberne, men som forud for den endelige afgørelse bliver uforenelige med begreberne, blive registreret. For at undgå dette tages der derfor også hensyn til omstændigheder, der indtræffer inden den endelige afgørelse,²⁷⁷ hvilket harmonerer med hensynet om at undgå registrering af varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædelighed, og at undgå legitimering af varemærker, som krænker visse grundlæggende værdier.²⁷⁸

Et illustrativt eksempel herpå er sag R 176/2004-2, som vedrørte registreringen af EU-ordmærket »BIN LADIN«.²⁷⁹ Ansøgningen blev indgivet hos EUIPO i maj 2001, få måneder før Al-Qaedas terrorangreb på World Trade Center den 11. september 2001.²⁸⁰ Varemærket blev nægtet registrering af EUIPO i januar 2004 under henvisning til, at det stred mod den offentlige orden og sædelighed, da det blev opfattet som en direkte henvisning til Osama bin Laden, der var lederen af terrororganisationen Al-Qaeda.²⁸¹ I den forbindelse fremhævede EUIPO, at vurderingen både skulle tage hensyn til omstændighederne på ansøgningstidspunktet og omstændighederne, der indtraf forud for den endelige afgørelse.²⁸² I appellsagen for BoA, gjorde ansøgeren gældende, at vurderingen skulle tage udgangspunkt i omstændighederne på ansøgningstidspunktet og ikke senere indtrufne omstændigheder, da en sådan tilgang stred mod retssikkerheden.²⁸³ BoA var dog enig med EUIPO om, at der også skulle tages hensyn til senere indtrufne omstændigheder,²⁸⁴ men fremhævede samtidig, at terrororganisationen og dens leder allerede var berygtet for en række terrorangreb forud for ansøgningstidspunktet.²⁸⁵ Varemærket blev derfor endeligt nægtet registrering under henvisning til, at det stred mod den offentlige orden og sædelighed.²⁸⁶

²⁷⁶ Jf. Basire, Y., & Senftleben, M. (2023). *Public Policy and Morality in Trademark – Examination in the European Union*, side 601.

²⁷⁷ Jf. Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 39, hvor Domstolen udtalte, at sædeligheden »er [tilbøjelig] til at udvikle sig med tiden og variere afhængigt af sted [og] må fastlægges ud fra den fremherskende sociale konsensus i dette samfund på tidspunktet for bedømmelsen.« og dermed ikke på ansøgningstidspunktet, Anden Appellkammers afgørelse af 29. september 2004 i sag R 176/2004-2 (BIN LADIN) (ordmærke), præmis 26, og European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 8.

²⁷⁸ Se afsnit 6.2-6.3 ovenfor.

²⁷⁹ Jf. Anden Appellkammers afgørelse af 29. september 2004 i sag R 176/2004-2 (BIN LADIN) (ordmærke), præmis 1.

²⁸⁰ Ibid., præmis 3.

²⁸¹ Ibid., præmis 4.

²⁸² Ibid.

²⁸³ Ibid., præmis 8.

²⁸⁴ Ibid., præmis 26.

²⁸⁵ Ibid., præmis 25.

²⁸⁶ Ibid., præmis 27.

8.4. Ytringsfriheden

8.4.1. Ytringsfrihedens rolle

Varemærkeindehavere gør jævnligt gældende, at et afslag på registrering efter Vml § 14, stk. 1, nr. 2, eller Vmf artikel 7, stk. 1, litra f, både udgør et indgreb og krænker varemærkeindehaverens ret til ytringsfrihed under EMRK artikel 10 og EUC artikel 11.^{287 288} Spørgsmålet om ytringsfrihedens rolle ved anvendelsen af Vml § 14, stk. 1, nr. 2, og Vmf artikel 7, stk. 1, litra f, er dog omdiskuteret i litteraturen, da praksis giver divergerende svar på dette spørgsmål. Nogle afgørelser og forfattere fremhæver, at et afslag ikke udgør et indgreb i ytringsfriheden, da afslaget ikke afholder varemærkeindehaveren fra at bruge varemærket,²⁸⁹ forudsat at brugen ikke strider mod anden lovgivning.²⁹⁰ Andre afgørelser og forfattere fremhæver, at et afslag udgør et indgreb i ytringsfriheden, da det mindsker incitamentet eller afholder varemærkeindehaveren fra at investere ressourcer i markedsføring af varemærket.²⁹¹

Domstolen synes at have tilsluttet sig sidstnævnte opfattelse. I sag C-240/18 P udtalte Domstolen, med henvisning til generaladvokat M. Bobeks forslag til afgørelse i samme sag, at ytringsfriheden i EUC artikel 11 skal tages i betragtning ved anvendelsen af Vmf artikel 7, stk. 1, litra f.²⁹² I den forbindelse henviste Domstolen til Vmf præambelbetragtning 21, sidste pkt., hvori det anføres, at

²⁸⁷ Se f.eks. Det Store Appellkammers afgørelse af 16. maj 2024 i sag R 260/2021-G (COVIDIOT) (figurmærke), præmis 7, Anden Appellkammers afgørelse af 12. oktober 2023 i sag R 1650/2023-2 (FICKEN) (ordmærke), præmis 5, Femte Appellkammers afgørelse af 7. februar 2025 i sag R 1009/2024-5 (MAGIC PUSSY) (ordmærke), præmis 5, og Anden Appellkammers afgørelse af 20. marts 2025 i sag R 2460/2024-2 (FICKEN) (ordmærke), præmis 6.

²⁸⁸ Rettigheder i EUC, der svarer til dem, der er sikret ved EMRK, har samme betydning og omfang som i EMRK, jf. EUC artikel 52, stk. 3.

²⁸⁹ For retspraksis, se f.eks. Rettens dom af 9. marts 2012 i sag T-417/10, Federico Cortés del Valle López mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (¡QUE BUENO YE! HIJOPUTA) (figurmærke), præmis 26, og Rettens dom af 24. januar 2018 i sag T-69/17, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 29. Domstolen har dog i appelsagen udtrykkeligt taget afstand til Rettens udtalelse, hvilket gennemgås direkte nedenfor. For litteratur, se f.eks. Basire, Y., & Senftleben, M. (2023). *Public Policy and Morality in Trademark – Examination in the European Union*, side 601 med yderligere henvisninger i fodnote 190.

²⁹⁰ Jf. Korsgaard, R., & Dokkedahl, N. (2021). *Kalak, kongehuset og kunstværker – om varemærker i strid med den offentlige orden eller sædelighed*, side 304.

²⁹¹ For retspraksis, se f.eks. Rettens dom af 20. september 2011 i sag T-232/10, Couture Tech Ltd mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (Gengivelse af det sovjetiske våbenskjold) (figurmærke), præmis 68-71. For administrativ praksis, se f.eks. Det Store Appellkammers afgørelse af 6. juli 2006 i sag R 495/2005-G (SCREW YOU) (ordmærke), præmis 15, Fjerde Appellkammers afgørelse af 28. maj 2015 i sag R 2889/2014-4 (DIE WANDERHURE) (ordmærke), præmis 12, Fjerde Appellkammers afgørelse af 2. september 2015 i sag R 519/2015-4 (JEWISH MONKEYS) (ordmærke), præmis 16, Fjerde Appellkammers afgørelse af 14. december 2015 i sag R 1627/2015-4 (PICA) (ordmærke), præmis 15, Anden Appellkammers afgørelse af 28. juni 2017 i sag R 2244/2016-2 (Brexite) (ordmærke), præmis 25-35. For litteratur, se f.eks. Basire, Y., & Senftleben, M. (2023). *Public Policy and Morality in Trademark – Examination in the European Union*, side 601 med yderligere henvisninger i fodnote 191.

²⁹² Jf. Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 56, hvor Domstolen blandt andet udtalte »[...] som generaladvokaten har anført i punkt 47-57 i forslaget til afgørelse [...]«.

varemærkeforordningen bør anvendes på en måde, som sikrer fuld respekt for grundrettighederne, navnlig ytringsfriheden.²⁹³ Den samme betragtning findes i Vmd præambelbetragtning 27, sidste pkt., og Domstolens udtalelse må derfor antages at gælde analogt for Vml § 14, stk. 1, nr. 2. Generaladvokaten bemærkede også, at ytringsfriheden ikke er et primært mål med varemærkelovgivningen.²⁹⁴ Hverken Domstolen eller generaladvokaten gav dog nærmere vejledning til, hvordan ytringsfriheden skal tages i betragtning ved anvendelsen af Vml § 14, stk. 1, nr. 2, og Vmf artikel 7, stk. 1, litra f. Det er derfor uklart, hvordan ytringsfriheden konkret spiller en rolle,²⁹⁵ f.eks. om den blot er en fortolkningsmæssig faktor, et selvstændigt vurderingskriterium eller noget tredje.

Det er dog værd at bemærke, at Domstolen strukturerede sine præmisser således, at spørgsmålet om sædelighed blev behandlet først, hvorefter ytringsfrihedens rolle blev drøftet særskilt.²⁹⁶ Dette taler for, at Domstolen anså ytringsfriheden som et selvstændigt vurderingskriterium,²⁹⁷ således at det først skal vurderes, om et varemærke strider mod lov, den offentlige orden eller sædelighed, og i bekræftende fald, skal det særskilt vurderes, om afslaget på registrering udgør en krænkelse af ytringsfriheden efter EMRK artikel 10, stk. 2, og EUC artikel 52, stk. 1. En tilsvarende tilgang ses i flere afgørelser hos BoA.²⁹⁸ Denne prøvelse, som gennemgås i det følgende, indebærer i hovedtræk og med varierende formuleringer en vurdering af:

1. om der er tale om en ytring, som er beskyttet af retten til ytringsfrihed,
2. om der er tale om et indgreb i ytringsfriheden,
3. om indgrebet har hjemmel i lov,
4. om indgrebet forfølger et legitimt formål, og
5. om indgrebet er proportionalt og nødvendigt i et demokratisk samfund.

²⁹³ Jf. Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 56.

²⁹⁴ Jf. forslag til afgørelse fra generaladvokat M. Bobek fremsat den 2. juli 2019 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), punkt 56-57.

²⁹⁵ Jf. Korsgaard, R., & Dokkedahl, N. (2021). *Kalak, kongehuset og kunstværker – om varemærker i strid med den offentlige orden eller sædelighed*, side 304.

²⁹⁶ Se Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 56.

²⁹⁷ Jf. Fernandez De La Mora Hernandez, A. (2020). *Inconsistencies in European Trade Mark Law: The Public Policy and Morality Exclusions*, side 295.

²⁹⁸ Se Anden Appelkammers afgørelse af 12. oktober 2023 i sag R 1650/2023-2 (FICKEN) (ordmærke), præmis 48-52, Det Store Appelkammers afgørelse af 25. november 2024 i sag R 2307/2020-G (MARICON PERDIDO) (ordmærke), præmis 82-87, og Det Store Appelkammers afgørelse af 16. maj 2024 i sag R 260/2021-G (COVIDIOT) (figurmærke), præmis 103-149, hvor BoA behandlede ytringsfriheden udførligt.

8.4.2. *Ytring og indgreb i ytringsfriheden*

En vis vejledning til, hvorvidt der er tale om en ytring, som er beskyttet af retten til ytringsfrihed, og hvorvidt der er tale om et indgreb heri, kan hentes fra EMD's sag 55153/12, *Dor v. Romania*.²⁹⁹ Klageren havde ansøgt om registrering af et varemærke for juridiske ydelser hos den rumænske varemærkemyndighed.³⁰⁰ Varemærket blev dog nægtet registrering under henvisning til, at det var vildledende.³⁰¹ EMD formodede, at klageren, ved at ansøge om varemærkeregistring, havde til hensigt at gøre de pågældende tjenesteydelser kendt for offentligheden og adskille dem fra andre virksomheders gennem brug af varemærket. Varemærket var derfor et vigtigt element i klagerens virksomheds markedsførings- og forretningsmæssige strategi.³⁰² Den faktiske eller påtænkte brug af varemærket udgjorde som følge af sin markedsføringsmæssige karakter en ytring, der var beskyttet efter EMRK artikel 10,³⁰³ og afslaget på registrering udgjorde dermed et indgreb i klagerens kommercielle ytringsfrihed.³⁰⁴

Hvorvidt der er tale om en ytring, som er beskyttet af ytringsfriheden, afhænger således af, om varemærkeindehaveren bruger eller har til hensigt at bruge varemærket for de varer og/eller tjenesteydelser, som det søges registreret for. Hvis varemærket hverken bruges eller er påtænkt brugt, er der næppe tale om en (påtænkt og eventuelt kommerciel) ytring, som nyder beskyttelse efter EMRK artikel 10 og EUC artikel 11. Indgivelsen af en varemærkeansøgning må dog skabe en formodning for en sådan hensigt, jf. princippet i EMD's sag 55153/12, *Dor v. Romania*, hvor klagerens ansøgning om registrering skabte en formodning om en hensigt til at bruge varemærket for de tjenesteydelser, varemærket blev søgt registreret for.³⁰⁵ Nægtes varemærket registrering, vil dette følgelig også udgøre et indgreb i ytringsfriheden.³⁰⁶

8.4.3. *Hjemmel, legitimt formål og proportionalitet*

Indgrebet i ytringsfriheden har hjemmel i lov, idet varemærket nægtes registrering med henvisning til Vml § 14, stk. 1, nr. 2, eller Vmf artikel 7, stk. 1, litra f.

Indgrebet vil desuden forfølge et legitimt formål, hvis varemærket nægtes registrering under henvisning til, at det strider mod den offentlige orden eller sædelighed. Nægtes varemærket imidlertid registrering under henvisning til, at det strider mod lov efter Vml § 14, stk. 1, nr. 2, beror spørgsmålet

²⁹⁹ En dansk oversættelse af de relevante præmisser kan findes i European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Bilag – potentielt relevante juridiske kilder i spørgsmålet om ytringsfrihed*, side 8-11.

³⁰⁰ Jf. Den Europæiske Menneskerettighedsdomstols dom af 25. august 2015 i sag 55153/12, *Dor v. Romania*, præmis 3.

³⁰¹ *Ibid.*, præmis 25.

³⁰² *Ibid.*, præmis 42.

³⁰³ *Ibid.*, præmis 43.

³⁰⁴ *Ibid.*, præmis 44.

³⁰⁵ *Ibid.*, præmis 42.

³⁰⁶ *Ibid.*, præmis 44.

om, hvorvidt indgrebet forfølger et legitimt formål, på formålet med den konkrete regel, da et indgreb af hensyn til loven ikke nødvendigvis i sig selv udgør et legitimt formål.

EMRK artikel 10, stk. 2, oplister blandt andet hensynet til national sikkerhed, territorial integritet, forebyggelse af forbrydelse, beskyttelse af sundheden, andres gode navn og rygte eller rettigheder, forhindring af udspredelse af fortrolige oplysninger samt sikring af domsmagtens autoritet og upartiskhed som legitime hensyn. EUC artikel 52, stk. 1, oplister mere generelt almene interesser, der er anerkendt af EU, samt behovet for at beskytte andres rettigheder og friheder, som legitime formål.

Hvorvidt indgrebet er proportionalt, beror på en afvejning mellem ansøgerens interesse i at opnå ene retten og indgrebets formål,³⁰⁷ herunder om afslaget er den mindst indgribende løsning. I proportionalitetsafvejningen skal der tages hensyn til varemærkets budskab, da visse varemærker alene har et kommercielt budskab, mens andre varemærker (også) har et politisk, kunstnerisk eller andet budskab af almen interesse, som nyder en højere grad af beskyttelse i et demokratisk samfund.³⁰⁸

Det afgørende er ifølge EMD's sag 70434/12, *Sousa Goucha v. Portugal*, om ytringen – forstået som brugen eller den påtænkte brug af varemærket – udspringer af politisk kritik og debat.³⁰⁹ Er dette tilfældet, har varemærket (tillige) et politisk, kunstnerisk eller andet budskab af almen interesse.³¹⁰

Wennersten fremhæver dog, at det er usandsynligt, at EMD vil anse et afslag på registrering som et uforholdsmæssigt indgreb i ytringsfriheden.³¹¹ På lignende vis fremhæver *Geiger* og *Machado Pontes*, at ytringsfriheden alene vil have betydning i meget exceptionelle tilfælde, hvor en politisk, kunstnerisk eller anden intention af almen interesse klart kan påvises.³¹² I det fåtal af afgørelser hos BoA, hvor tilgangen er anvendt, har ytringsfriheden desuden ikke været tilstrækkeligt tungtvejende til at afværge et afslag på registrering.³¹³ Der synes således at være et meget snævert spillerum for, at

³⁰⁷ Jf. *Wennersten*, U. (2014). *Immaterialrätt och skydd av samhällsideal: en studie av klassikerskyddet i upphovsrätten och undantagen i varumärkesrätten, mönsterrätten och patenträtten för allmän ordning och goda seder*, Lund University, side 313.

³⁰⁸ *Ibid.*, side 311 og 313.

³⁰⁹ Jf. Den Europæiske Menneskerettighedsdomstols dom af 22. marts 2016 i sag 70434/12, *Sousa Goucha v. Portugal*, præmis 51.

³¹⁰ Jf. *Geiger*, C., & *Machado Pontes*, L. (2017). *Trade Mark Registration, Public Policy, Morality and Fundamental Rights*, side 21.

³¹¹ Jf. *Wennersten*, U. (2014). *Immaterialrätt och skydd av samhällsideal: en studie av klassikerskyddet i upphovsrätten och undantagen i varumärkesrätten, mönsterrätten och patenträtten för allmän ordning och goda seder*, Lund University, side 313-314.

³¹² Jf. *Geiger*, C., & *Machado Pontes*, L. (2017). *Trade Mark Registration, Public Policy, Morality and Fundamental Rights*, side 21-22.

³¹³ Se Anden Appelkammers afgørelse af 12. oktober 2023 i sag R 1650/2023-2 (FICKEN) (ordmærke), præmis 48-52, Det Store Appelkammers afgørelse af 25. november 2024 i sag R 2307/2020-G (MARICON PERDIDO) (ordmærke), præmis 82-87, og Det Store Appelkammers afgørelse af 16. maj 2024 i sag R 260/2021-G (COVIDIOT) (figurmærke), præmis 146-149.

ytringsfriheden kan afværge et afslag, hvilket dog harmonerer med generaladvokatens udtalelse om, at ytringsfriheden ikke er et primært mål med varemærkelovgivningen.³¹⁴

Eksempelvis vedrørte sag R 260/2021-G registreringen af et EU-figurmærke med ordelementet »COVIDIOT« på en gul rektangulær label med tre figurer, der hældte i forskellige retninger, og som var opsat som en narrehat. Ordelementet »IDIOT« var fremhævet med fed skrift.³¹⁵ BoA fandt, at den relevante kundekreds ville opfatte varemærket som en latterliggørelse og bagatellisering af coronapandemien, som havde været en af de mest dødelige og destruktive pandemier nogensinde, og at varemærket derfor stred mod sædeligheden.³¹⁶ BoA vurderede herefter, om afslaget på registrering udgjorde et uforholdsmæssigt indgreb i ytringsfriheden,³¹⁷ og fremhævede i den forbindelse, at »The fact that a trade mark applied for may contain political content does not entitle it to a greater protection in so far as freedom of expression is concerned, because a trade mark is not essential to the expression of that political opinion. The registration of an opinion as a trade mark does not bring any advantage to political debate.«³¹⁸ På den baggrund fandt BoA, at afslaget på registrering udgjorde et proportionalt og nødvendigt indgreb, og at der ikke forelå en krænkelse af ytringsfriheden.³¹⁹ Varemærket blev derfor nægtet registrering.³²⁰

8.4.4. *Fortsat usikkerhed om ytringsfrihedens rolle*

Krænkelsesprøvelsen efter EMRK artikel 10, stk. 2, og EUC artikel 52, stk. 1, er en mulig teori til spørgsmålet om, hvordan ytringsfriheden skal tages i betragtning ved anvendelsen af Vml § 14, stk. 1, nr. 2, og Vmf artikel 7, stk. 1, litra f. Teorien har støtte i strukturen af Domstolens præmisser i sag C-240/18 P, hvor spørgsmålet om sædelighed blev behandlet først, hvorefter ytringsfrihedens rolle blev drøftet særskilt, om end uden inddragelse af den ovennævnte krænkelsesprøvelse,³²¹ samt i BoA's praksis.³²² Det vil dog formentlig kun undtagelsesvist føre til, at et afslag på registrering afværges.

Denne tilgang er dog kun anvendt i et fåtal af sager, og praksis er ikke stringent. I flere afgørelser hos EUIPO og i EUIPO's Trade Mark Guidelines fremhæves det fortsat, at anvendelsen af Vmf artikel 7, stk. 1, litra f, ikke begrænses af ytringsfriheden, da et afslag på registrering alene indebærer, at

³¹⁴ Jf. forslag til afgørelse fra generaladvokat M. Bobek fremsat den 2. juli 2019 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), punkt 56-57.

³¹⁵ Jf. Det Store Appelkammers afgørelse af 16. maj 2024 i sag R 260/2021-G (COVIDIOT) (figurmærke), præmis 63.

³¹⁶ Ibid., præmis 86 og 103 og 147.

³¹⁷ Ibid., præmis 122-135.

³¹⁸ Ibid., præmis 138.

³¹⁹ Ibid., præmis 146-148.

³²⁰ Ibid., præmis 149.

³²¹ Se Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 56.

³²² Se Anden Appelkammers afgørelse af 12. oktober 2023 i sag R 1650/2023-2 (FICKEN) (ordmærke), præmis 48-52, Det Store Appelkammers afgørelse af 25. november 2024 i sag R 2307/2020-G (MARICON PERDIDO) (ordmærke), præmis 82-87, og Det Store Appelkammers afgørelse af 16. maj 2024 i sag R 260/2021-G (COVIDIOT) (figurmærke), præmis 103-149, hvor BoA behandlede ytringsfriheden udførligt.

varemærkeindehaveren ikke opnår eneret til varemærket, og at det ikke afholder varemærkeindehaveren fra at bruge varemærket.^{323 324} Retstilstanden er derfor uklar, indtil spørgsmålet afklares af Retten, Domstolen eller EU-lovgiver.

8.5. Sammenfatning

Fastlæggelsen af den relevante kundekreds og dennes opfattelse er afgørende referencepunkter ved vurderingen af, om et varemærke strider mod den offentlige orden eller sædelighed. Den relevante kundekreds består af de personer, som sandsynligvis vil støde på varemærket. Den relevante kundekreds' opfattelse af varemærket skal baseres på opfattelsen hos en fornuftig person med gennemsnitlige følsomheds- og tolerancetærskler, og mindst en betydelig del af den relevante kundekreds skal dele denne opfattelse. De varer og/eller tjenesteydelser, som varemærket anvendes eller søges registreret for, kan have væsentlig betydning for den relevante kundekreds' opfattelse af varemærket. I nogle tilfælde vil varemærket stride mod den offentlige orden eller sædelighed, uanset hvilke varer og/eller tjenesteydelser, som varemærket anvendes eller søges registreret for, mens den relevante kundekreds' opfattelse i andre tilfælde afhænger af varerne og/eller tjenesteydelserne. Sproglige, geografiske, historiske, kulturelle, religiøse, filosofiske eller politiske forhold kan også påvirke den relevante kundekreds' opfattelse af varemærket. Der skal desuden tages behørigt hensyn til sagsspecifikke omstændigheder og beviser, som indikerer, hvordan den relevante kundekreds faktisk opfatter varemærket. Det afgørende er dog altid, hvordan den relevante kundekreds opfatter varemærket, hvorfor varemærkeindehaverens hensigt er uden betydning.

Ved vurderingen af, om et varemærke strider mod lov, er det afgørende om varemærkets egenskaber eller dets anvendelse overtræder en regel uden for varemærkeretten. Den relevante kundekreds' opfattelse er uden betydning, da vurderingen baseres på den relevante regel. Det forudsætter dog, at både varemærkets betydning og den relevante regel er tilstrækkeligt klar til, at retsstridigheden umiddelbart kan konstateres i forbindelse med sagsbehandlingen.

Vurderingen af, om et varemærke strider mod lov, den offentlige orden eller sædelighed, baseres som udgangspunkt på omstændighederne på ansøgningstidspunktet. Vurderingen tager dog også hensyn til omstændigheder, der indtræffer inden den endelige afgørelse, når disse omstændigheder har betydning for varemærkets forenelighed med disse begreber.

³²³ Se f.eks. EUIPO's afgørelse af 12. september 2022 i sag 018092955 (Varemærke uden tekst) (figurmærke), side 5, EUIPO's afgørelse af 12. september 2022 i sag 018092960 (BOY) (figurmærke), side 5, EUIPO's afgørelse af 26. november 2024 i sag 019029849 (Gethigh) (figurmærke), side 7, EUIPO's afgørelse af 8. april 2025 i sag 019082376 (ICE RUSH) (ordmærke), side 4.

³²⁴ Jf. European Union Intellectual Property Office. (2025). *Trade Mark Guidelines*, afsnit B.4.7.1.

Ytringsfriheden efter EMRK artikel 10 og EUC artikel 11 skal tages i betragtning ved anvendelsen af Vml § 14, stk. 1, nr. 2, og Vmf artikel 7, stk. 1, litra f, efter Domstolens udtalelse i sag C-240/18 P. Hvordan dette konkret skal ske, er imidlertid uklart, da Domstolen ikke gav nærmere vejledning hertil. Domstolen behandlede dog spørgsmålet om sædelighed først, hvorefter ytringsfrihedens rolle blev behandlet særskilt. Det taler for, at ytringsfriheden er et selvstændigt vurderingskriterium, således at registreringsmyndigheden skal prøve, om et afslag på registrering udgør en krænkelse af ytringsfriheden efter EMRK artikel 10, stk. 2, og EUC artikel 52, stk. 1. En tilsvarende tilgang er anvendt i flere afgørelser hos BoA, som dog ikke har ført til, at et afslag på registrering er blevet afværget. I litteraturen fremhæves det da også, at ytringsfriheden kun kan få betydning i exceptionelle tilfælde, hvor varemærket har et politisk, kunstnerisk eller andet budskab af almen interesse. Praksis er dog ikke stringent, da det i flere afgørelser hos EUIPO og i EUIPO's Trade Mark Guidelines fortsat fremhæves, at anvendelsen af Vmf artikel 7, stk. 1, litra f, ikke begrænses af ytringsfriheden. Spørgsmålet om ytringsfrihedens rolle er derfor fortsat uafklaret, om end krænkelsesprøvelsen er en mulig teori til denne uklarhed.

9. Typetilfælde

9.1. Indledning

I det følgende undersøges en række typetilfælde, som almindeligvis er omfattet af Vml § 14, stk. 1, nr. 2, eller Vmf artikel 7, stk. 1, litra f. Formålet er at belyse, hvordan bestemmelserne fortolkes og anvendes. Af pladsmæssige hensyn er fremstillingen ikke udtømmende, men bygger på en gennemgang af udvalgte afgørelser og kategorier.

Af hensyn til struktur og overblik opdeles gennemgangen i varemærker, der indeholder eller er relateret til (1) vulgære, uanstændige eller seksuelle elementer, (2) velkendte tragiske begivenheder, (3) historiske skikkelser, nationale symboler eller højt agtede personer, (4) elementer med en religiøs eller hellig tilknytning, (5) elementer, der er foragtelige, nedsættende eller forhånende over for en bestemt gruppe (6) og elementer af væsentlige ordensmæssige interesser.³²⁵

³²⁵ Typetilfældene er kategoriseret med inspiration fra European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 19-42, Wennersten, U. (2014). *Immaterialrätt och skydd av samhällsideal: en studie av klassikerskyddet i upphovsrätten och undantagen i varumärkesrätten, mönsterrätten och patenträtten för allmän ordning och goda seder*, Lund University, side 277-296, og Basire, Y., & Senfleben, M. (2023). *Public Policy and Morality in Trademark – Examination in the European Union*, side 606-626.

Opdelingen er udtryk for en forenkling, da flere afgørelser kan henføres til mere end én kategori, og da vurderingen af, om et varemærke er omfattet af Vml § 14, stk. 1, nr. 2, eller Vmf artikel 7, stk. 1, litra f, altid beror på en konkret vurdering.³²⁶

9.2. Vulgære, uanstændige eller seksuelle elementer

Vulgære elementer omfatter blandt andet bandeord, fornærmelser og stødende gestikuleren,³²⁷ mens uanstændige eller seksuelle elementer blandt andet dækker over seksuelle handlinger, kønsorganer, nøgenhed og slang, der henviser hertil.³²⁸ De to kategorier har en nær sammenhæng med hinanden, idet de ofte anvendes i flæng, og da opfattelsen heraf kan variere afhængigt af sprog, medlemsstat³²⁹ og tid.

Et varemærke, der indeholder et vulgært, uanstændigt eller seksuelt element, vil som udgangspunkt stride mod sædelighed, da den relevante kundekreds typisk opfatter varemærket som fornærmende, nedsættende, stødende, chokerende eller krænkende i strid med samfundets grundlæggende moralske normer. Dette gælder navnlig, hvis varemærkets budskab er rettet mod en bestemt gruppe eller enkeltperson(er).³³⁰ Selv om vulgaritet indgår i mange personers dagligdag, kan et varemærke med sådanne elementer stadig opfattes som stridende mod sædelighed af en betydelig del af den relevante kundekreds.³³¹ Et varemærke med sådanne elementer vil primært være omfattet af sædelighed, men det kan i visse tilfælde også være omfattet af lov eller den offentlige orden.³³²

EU-varemærkeretten har en righoldig praksis vedrørende varemærker, der indeholder ordelementet »fuck« eller bearbejdelser heraf. Eksempelvis vedrørte sag R 226/2022-4 registreringen af et EU-figurmærke med ordelementet »NELEMAN JUST FUCKING GOOD WINE« for (mousserende) vine.³³³ BoA anerkendte, at ordet »FUCKING« blev anvendt som et superlativ for at udtrykke, at vinen var meget god, men at varemærket ikke desto mindre ville blive opfattet som ekstremt vulgært, tabubelagt og stødende af den relevante kundekreds.³³⁴ Varemærket stred derfor mod sædeligheden og blev nægtet registrering.³³⁵

³²⁶ Jf. European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 19.

³²⁷ Ibid., side 29.

³²⁸ Ibid., side 30.

³²⁹ Ibid., side 29.

³³⁰ Ibid., side 29-30.

³³¹ Ibid., side 30.

³³² Ibid., side 29.

³³³ Jf. Fjerde Appellkammers afgørelse af 25. oktober 2022 i sag R 226/2022-4 (NELEMAN JUST FUCKING GOOD WINE) (figurmærke), præmis 1.

³³⁴ Ibid., præmis 26-27.

³³⁵ Ibid., præmis 27 og 47.

Se også sagerne R 168/2011-1 (fucking freezing! by TÜRPIITZ),³³⁶ R 1494/2011-1 (GAMMAS),³³⁷ R 793/2014-2 (FUCK CANCER),³³⁸ R 2878/2019-1 (Unfucked)³³⁹, R 2189/2024-5 (REPRESENTACIÓN DE UNA FIGURA)³⁴⁰ og 018672791 (РУССКИЙ ВОЕННЫЙ КОРАБЛЬ, ИДИ НА **Й RUSSIAN WARSHIP, GO F**K YOURSELF),³⁴¹ hvor varemærkerne indeholdt ordelementet »fuck« eller en bearbejdelse heraf og blev nægtet registrering under henvisning til, at de stred mod sædeligheden.

Praksis er ikke fuldstændig stringent, da der er tale om en konkret vurdering fra sag til sag.³⁴² Andre omstændigheder såsom (1) de varer og/eller tjenesteydelser, som varemærket anvendes eller søges registreret for, (2) varemærkets budskab, eller (3) omstændigheder, der peger på, at den relevante kundekreds opfatter varemærket som foreneligt med sædelighed, kan medføre, at varemærket alligevel registreres.

Et eksempel på første kategori af omstændigheder er sag R 495/2005-G, som vedrørte registreringen af EU-ordmærket »SCREW YOU« for blandt andet tøj, fodtøj, hovedbeklædning, kondomer, præventionsmidler og sexlegetøj.³⁴³ BoA bemærkede, at udtrykket blev brugt til at udtrykke foragt og afsky, og at det almindeligvis ville såre modtageren på samme vis som udtrykket »fuck you«.³⁴⁴ Varemærket blev nægtet registrering for tøj, fodtøj og hovedbeklædning, da den relevante kundekreds for disse varer bestod af den brede offentlighed og ville anse varemærket som stridende mod sædelighed.³⁴⁵ Varemærket blev imidlertid registreret for kondomer, præventionsmidler og sexlegetøj, da den relevante kundekreds for disse varer, der primært blev solgt i (online) sexbutikker, ikke ville blive forstyrret af varemærket.³⁴⁶

Nogle eksempler på anden kategori af omstændigheder er sagerne R 385/2008-4 (fucking hell),³⁴⁷ R 601/2017-4 (Fuck Winter)³⁴⁸ og R 1131/2021-5 (FUCKING AWESOME),³⁴⁹ hvor BoA blandt andet lagde vægt på, at varemærkernes budskaber ikke var rettet mod en bestemt gruppe, enkeltperson(er) eller læseren, og at de ikke tilskyndede til bestemte handlinger. Varemærkerne var derfor forenelige med sædeligheden.

³³⁶ Jf. Første Appelkammers afgørelse af 1. september 2011 i sag R 168/2011-1 (fucking freezing! by TÜRPIITZ) (figurmærke), præmis 22 og 25 og 31.

³³⁷ Jf. Første Appelkammers afgørelse af 26. juli 2012 i sag R 1494/2011-1 (GAMMAS) (ordmærke), præmis 17 og 19. Ordet »gammass« er græsk og oversættes til »you fuck« på engelsk, jf. præmis 13. Det beror formentlig på en fejl, at BoA i præmis 19 fandt, at varemærket også stred mod den offentlige orden.

³³⁸ Jf. Anden Appelkammers afgørelse af 23. februar 2015 i sag R 793/2014-2 (FUCK CANCER) (ordmærke), præmis 18-19 og 25.

³³⁹ Jf. Første Appelkammers afgørelse af 27. juli 2020 i sag R 2878/2019-1 (Unfucked) (ordmærke), præmis 13-16.

³⁴⁰ Jf. Femte Appelkammers afgørelse af 3. februar 2025 i sag R 2189/2024-5 (REPRESENTACIÓN DE UNA FIGURA) (figurmærke), præmis 24-43, og 45-46.

³⁴¹ Jf. EUIPO's afgørelse af 22. december 2022 i sag 018672791 (РУССКИЙ ВОЕННЫЙ КОРАБЛЬ, ИДИ НА **Й RUSSIAN WARSHIP, GO F**K YOURSELF) (figurmærke), side 5-6 og 8.

³⁴² Se afsnit 9.1 ovenfor.

³⁴³ Jf. Det Store Appelkammers afgørelse af 6. juli 2006 i sag R 495/2005-G (SCREW YOU) (ordmærke), præmis 1.

³⁴⁴ Ibid., præmis 23 og 26.

³⁴⁵ Ibid., præmis 27.

³⁴⁶ Ibid., præmis 29.

³⁴⁷ Jf. Fjerde Appelkammers afgørelse af 21. januar 2010 i sag R 385/2008-4 (fucking hell) (figurmærke), præmis 10.

³⁴⁸ Jf. Fjerde Appelkammers afgørelse af 20. november 2017 i sag R 601/2017-4 (Fuck Winter) (figurmærke), præmis 7-9 og 11.

³⁴⁹ Jf. Femte Appelkammers afgørelse af 3. februar 2022 i sag R 1131/2021-5 (FUCKING AWESOME) (ordmærke), præmis 52-54.

Et eksempel på sidste kategori af omstændigheder er sag T-69/17³⁵⁰ og appellafgørelsen i sag C-240/18 P,³⁵¹ som er omtalt i afsnit 8.2.1.3 ovenfor. Sagen vedrørte registreringen af EU-ordmærket »Fack Ju Göhte«.³⁵² Retten fandt, at den relevante kundekreds ville opfatte varemærket som stridende mod sædelighed som følge af den iboende vulgaritet i udtrykket »Fack Ju«.³⁵³ Domstolen mente derimod, at Retten ikke havde taget behørigt hensyn til de omstændigheder, der belyste, hvordan den relevante kundekreds faktisk opfattede varemærket,³⁵⁴ herunder filmenes udbredelse og succes, manglen på offentlig forargelse og den brede kulturelle accept, herunder fra Goethe-Institutet.³⁵⁵ Domstolen fandt herefter, at varemærket var foreneligt med sædeligheden.³⁵⁶

I dansk varemærkeret er der generelt en lempelig tilgang til ordet »fuck« eller bearbejdelser heraf, hvilket formentlig kan forklares ved, at opfattelsen af ordet varierer afhængigt af sprog og medlemsstat. Eksempelvis blev varemærkerne VA 2005 04778 (PARTY LIKE A ROCKSTAR! FUCK LIKE A PORNSTAR!),³⁵⁷ VA 2006 01462 (FUCK ME I'M FAMOUS),³⁵⁸ VA 2012 02913 (Fucking Flink),³⁵⁹ VA 2014 01462 (WE DON'T GIVE A FUCK FOREVER young DIRTY MUSIC WILD PARTIES SEXY LOVE),³⁶⁰ VA 2014 01632 (FUCKCOLOR)³⁶¹ og VA 2015 00672 (FUCK CANCER)³⁶² registreret uden indsigelser.

EU-varemærkeretten har derudover en righoldig praksis vedrørende varemærker, der indeholder elementer relateret til (1) seksuelle handlinger, (2) seksuelle fornærmelser eller (3) kønsorganer. De varer og/eller tjenesteydelser, som varemærket anvendes eller søges registreret for, kan dog være særligt afgørende for disse kategorier af elementer, idet visse brancher specialiserer sig i eller er relateret til aktiviteter, som varemærket henviser til, f.eks. den pornografiske industri eller sexbutikker/-websteder, hvor den relevante kundekreds er mindre tilbøjelig til at blive stødt eller chokeret over et varemærke end den brede offentlighed.³⁶³ Varemærkets øvrige ordelementer kan også være afgørende for vurderingen, hvilket belyses nærmere i gennemgangen direkte nedenfor.

³⁵⁰ Rettens dom af 24. januar 2018 i sag T-69/17, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke).

³⁵¹ Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke).

³⁵² Jf. Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 1.

³⁵³ Jf. Rettens dom af 24. januar 2018 i sag T-69/17, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 18 og 32.

³⁵⁴ Jf. Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), præmis 49-52.

³⁵⁵ Ibid., præmis 67.

³⁵⁶ Ibid., præmis 69.

³⁵⁷ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2005 04778 (PARTY LIKE A ROCKSTAR! FUCK LIKE A PORNSTAR!) (ordmærke), gyldighedsmeddelelse af 1. april 2006.

³⁵⁸ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2006 01462 (FUCK ME I'M FAMOUS) (ordmærke), gyldighedsmeddelelse af 31. juli 2006.

³⁵⁹ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2012 02913 (Fucking Flink) (ordmærke), gyldighedsmeddelelse af 1. oktober 2013.

³⁶⁰ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2014 01462 (WE DON'T GIVE A FUCK FOREVER young DIRTY MUSIC WILD PARTIES SEXY LOVE) (figurmærke), gyldighedsmeddelelse af 31. august 2015.

³⁶¹ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2014 01632 (FUCKCOLOR) (figurmærke), gyldighedsmeddelelse af 31. august 2015.

³⁶² Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2015 00672 (FUCK CANCER) (ordmærke), gyldighedsmeddelelse af 25. januar 2016.

³⁶³ Jf. European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 31.

Et eksempel på første kategori af elementer er sagerne T-52/13 og T-54/13, som vedrørte registreringen af EU-varemærkerne »FICKEN«³⁶⁴ og »FICKEN LIQUORS«³⁶⁵. Ordet »FICKEN« betyder at have samleje på tysk.³⁶⁶ Retten fandt, at den relevante kundekreds ville opfatte varemærkerne som vulgære, stødende, obscøne og frastødende.³⁶⁷ Varemærkerne stred derfor mod sædeligheden³⁶⁸ og blev nægtet registrering.³⁶⁹ Var varemærkerne derimod blevet søgt registreret for eksempelvis kondomer, præventionsmidler og sexlegetøj, ville den relevante kundekreds sandsynligvis ikke blive forstyrret af varemærket.

Et eksempel på anden kategori af elementer er sag T-417/10, som vedrørte registreringen af et EU-figurmærke med ordelementet »¡Que bueno ye! HIJOPUTA«.³⁷⁰ Ordet »HIJOPUTA« betyder »søn af en luder« på spansk,³⁷¹ og ordelementet var separeret og fremhævet i forhold til figurmærkets øvrige elementer.³⁷² Retten fandt, at den relevante kundekreds utvivlsomt ville opfatte varemærket som stødende,³⁷³ og at den øvrige del af ordelementet bestående af »¡Que bueno ye!« ikke ville ændre på den relevante kundekreds' opfattelse.³⁷⁴ Varemærket stred derfor mod sædeligheden³⁷⁵ og blev nægtet registrering.³⁷⁶

Se også sagerne T-266/13 (Curve),³⁷⁷ R 254/2012-2 (CURVE 100),³⁷⁸ R 562/2015-1 (Metallic Curve)³⁷⁹ og R 601/2015-1 (HORA).³⁸⁰ Ordene »curve« og »hora« betyder »luder(e)« på henholdsvis rumænsk og svensk. Varemærkerne blev nægtet registrering under henvisning til, at de stred mod sædeligheden.

³⁶⁴ Jf. Rettens dom af 14. november 2013 i sag T-52/13, Efaq Trade Mark Company GmbH & Co. KG mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (FICKEN) (ordmærke), præmis 2.

³⁶⁵ Jf. Rettens dom af 14. november 2013 i sag T-54/13, Efaq Trade Mark Company GmbH & Co. KG mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (FICKEN LIQUORS), præmis 2.

³⁶⁶ Jf. Rettens dom af 14. november 2013 i sag T-52/13, Efaq Trade Mark Company GmbH & Co. KG mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (FICKEN) (ordmærke), præmis 14, og Rettens dom af 14. november 2013 i sag T-54/13, Efaq Trade Mark Company GmbH & Co. KG mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (FICKEN LIQUORS), præmis 17.

³⁶⁷ Ibid., henholdsvis præmis 34 og 38.

³⁶⁸ Ibid. Det beror formentlig på en fejl, at Retten fandt, at varemærkerne stred mod den offentlige orden »eller« sædelighed.

³⁶⁹ Ibid., henholdsvis præmis 43 og 47.

³⁷⁰ Jf. Rettens dom af 9. marts 2012 i sag T-417/10, Federico Cortés del Valle López mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (¡Que bueno ye! HIJOPUTA) (figurmærke), præmis 2.

³⁷¹ Jf. Korsgaard, R., & Dokkedahl, N. (2021). *Kalak, kongehuset og kunstværker – om varemærker i strid med den offentlige orden eller sædelighed*, side 310.

³⁷² Jf. Rettens dom af 9. marts 2012 i sag T-417/10, Federico Cortés del Valle López mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (¡Que bueno ye! HIJOPUTA) (figurmærke), præmis 17.

³⁷³ Ibid., præmis 17.

³⁷⁴ Ibid., præmis 24.

³⁷⁵ Ibid., præmis 17.

³⁷⁶ Ibid., præmis 30.

³⁷⁷ Jf. Rettens dom af 26. september 2014 i sag T-266/13, Brainlab AG mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (Curve) (ordmærke), præmis 15, 29, 32 og 37.

³⁷⁸ Jf. Anden Appellkammers afgørelse af 1. juni 2012 i sag R 254/2012-2 (CURVE 100) (ordmærke), præmis 20-22 og 32.

³⁷⁹ Jf. Første Appellkammers afgørelse af 20. januar 2016 i sag R 562/2015-1 (Metallic Curve) (ordmærke), præmis 25, 28 og 32.

³⁸⁰ Jf. Første Appellkammers afgørelse af 1. december 2015 i sag R 601/2015-1 (HORA) (ordmærke), præmis 15-16 og 25. Det beror formentlig på en fejl, at BoA i præmis 25 fandt, at varemærket også stred mod den offentlige orden.

Praksis er dog ikke fuldstændig stringent. I sagerne R 203/2014-2 (AIRCURVE),³⁸¹ R 601/2019-2 (CURVES MAGAZIN EST. 2011 soulful driving),³⁸² R 2994/2019-4 (Procurve),³⁸³ R 846/2020-2 (KAFFE CURVE)³⁸⁴ og R 627/2023-1 (CURVE THERAPEUTICS)³⁸⁵ blev varemærkerne registreret, selv om de indeholdt ordelementet »curve«. Varemærkernes øvrige ordelementer var dog afgørende, da de medførte, at de relevante kundekredse ville forstå varemærkerne i overensstemmelse med deres ikke-rumænske betydninger.

Et eksempel på tredje kategori af elementer er sag R 2388/2019-4, som vedrørte registreringen af et EU-figurmærke med ordelementet »SULA«.³⁸⁶ Ordet »SULA« betyder »penis« på rumænsk.³⁸⁷ BoA fandt, at den relevante kundekreds ville opfatte varemærket som chokerende.³⁸⁸ Varemærket stred derfor mod sædeligheden³⁸⁹ og blev nægtet registrering.³⁹⁰

Praksis er dog heller ikke fuldstændig stringent for denne kategori af elementer. I sagerne R 558/2006-2 (Reva – The electriCity car)³⁹¹ og R 1009/2024-5 (MAGIC PUSSY)³⁹² blev varemærkerne registreret, selv om de indeholdt ordelementer, der kunne opfattes som henvisninger til kønsorganer. Det afgørende var imidlertid, at varemærkernes øvrige ordelementer trak opfattelsen i en anden retning, og at varemærkernes budskaber ikke var rettet mod en bestemt gruppe, enkeltperson(er) eller læseren.

Henvisningen til sædelighed i Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 3. led, omfatter som nævnt almindeligvis situationer, hvor et varemærke har et stærkt seksualiserende indhold, der går ud over, hvad der med rimelighed kan forventes i forhold til de varer eller tjenesteydelser, som varemærket vedrører.³⁹³ Af samme eller lignende årsager blev varemærkerne i sagerne VA 1991 06858 (VENUS TASTE PUSSY CHEWING GUM),³⁹⁴ VA 1999 00834 (Club Viagra),³⁹⁵ VA 2001 01480 (ØM

³⁸¹ Jf. Anden Appellkammers afgørelse af 4. juni 2014 i sag R 203/2014-2 (AIRCURVE) (ordmærke), præmis 16 og 18-19.

³⁸² Jf. Anden Appellkammers afgørelse af 17. december 2019 i sag R 601/2019-2 (CURVES MAGAZIN EST. 2011 soulful driving) (figurmærke), præmis 14-15.

³⁸³ Jf. Femte Appellkammers afgørelse af 25. maj 2020 i sag R 2994/2019-4 (Procurve) (ordmærke), præmis 14 og 18-19.

³⁸⁴ Jf. Anden Appellkammers afgørelse af 14. december 2020 i sag R 846/2020-2 (KAFFE CURVE) (ordmærke), præmis 19, 21 og 23-24.

³⁸⁵ Jf. Første Appellkammers afgørelse af 27. september 2023 i sag R 627/2023-1 (CURVE THERAPEUTICS) (figurmærke), præmis 27-29.

³⁸⁶ Jf. Fjerde Appellkammers afgørelse af 7. juli 2020 i sag R 2388/2019-4 (SULA) (figurmærke), præmis 1.

³⁸⁷ Ibid., præmis 17-18.

³⁸⁸ Ibid., præmis 20.

³⁸⁹ Ibid., præmis 25. Det beror formentlig på en fejl, at BoA fandt, at varemærket stred mod den offentlige orden »eller« sædelighed.

³⁹⁰ Ibid., præmis 32.

³⁹¹ Jf. Anden Appellkammers afgørelse af 18. juli 2006 i sag R 558/2006-2 (Reva – The electriCity car) (figurmærke), præmis 9 og 11-12.

³⁹² Jf. Femte Appellkammers afgørelse af 7. februar 2025 i sag R 1009/2024-5 (MAGIC PUSSY) (ordmærke), præmis 30-35 og 46-47.

³⁹³ Jf. lovforslag nr. L 49 af 3. oktober 2018 om ændring af varemærkeloven og forskellige andre love og om ophævelse af fællesmærkeloven, Folketingstidende 2018-19 (1. samling), tillæg A, side 59. Se afsnit 7.4.1 ovenfor.

³⁹⁴ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 1991 06858 (VENUS TASTE PUSSY CHEWING GUM) (figurmærke), afslagsbrev af 17. juli 1992.

³⁹⁵ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 1999 00834 (Club Viagra) (figurmærke), afslagsbrev af 3. november 1999, side 1.

MOTHERFUCKERS),³⁹⁶ VA 2001 02631 (ANIMALSEX)³⁹⁷ og VA 2010 00387 (Cumming is for Pussies)³⁹⁸ nægtet registrering.

9.3. Velkendte tragiske begivenheder

Et varemærke, der henviser til en velkendt tragisk begivenhed, eller ofrene eller konsekvenserne heraf, vil som udgangspunkt stride mod sædelighed, da den relevante kundekreds almindeligvis opfatter varemærket som stødende, respektløst, en bagatellisering af den tragiske begivenhed,³⁹⁹ eller åbenlyst misbrugende⁴⁰⁰ i strid med samfundets grundlæggende moralske værdier og normer. Dette gælder selv om den relevante kundekreds ikke nødvendigvis har en nogen associationer til ofrene,⁴⁰¹ eller at varemærket ikke er obscønt.⁴⁰² Den relevante kundekreds' opfattelse beror dog på en række faktorer, herunder blandt andet begivenhedens art, den historiske og nationale sammenhæng i den givne situation, offentlighedens opfattelse, begivenhedens effekt eller indvirkning, den tid der er forløbet siden begivenheden, samt om elementet relateret til tragedien har fået en sekundær betydning.⁴⁰³ Et varemærke med sådanne elementer, vil primært falde ind under sædelighed, men det kan i visse tilfælde også være omfattet af lov eller den offentlige orden.

Nogle illustrative eksempler herpå er sagerne 012839486 og 013092937. Sagerne vedrørte registreringen af EU-ordmærkerne »MH370«⁴⁰⁴ og »MH17«,⁴⁰⁵ som begge er flynumre på et fly, der henholdsvis forsvandt⁴⁰⁶ og styrtede⁴⁰⁷ i 2014. EUIPO udtalte, at den relevante kundekreds ville opfatte varemærkerne som alvorligt stødende, krænkende og som et åbenlyst misbrug af varemærkesystemet. Varemærkerne stred derfor mod sædeligheden og blev nægtet registrering.⁴⁰⁸

³⁹⁶ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2001 01480 (ØM MOTHERFUCKERS) (ordmærke), afslagsbrev af 24. september 2001, side 1. Det beror formentlig på en fejl, at varemærket blev nægtet registrering under henvisning til lov og den offentlige orden, idet afslaget blev begrundet med, at ordet »motherfucker« blev opfattet som et stærkt nedsættende skældsord eller bandeord, hvilken begrundelse almindeligvis knytter sig til sædelighed.

³⁹⁷ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2001 02631 (ANIMALSEX) (ordmærke), afslagsbrev af 5. marts 20023, side 1.

³⁹⁸ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2010 00387 (Cumming is for Pussies) (ordmærke), afslagsbrev af 19. maj 2011, side 1.

³⁹⁹ Jf. European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 38.

⁴⁰⁰ Jf. EUIPO's afgørelse af 2. juli 2015 i sag 012839486 (MH370) (ordmærke), side 6, og EUIPO's afgørelse af 2. juli 2015 i sag 013092937 (MH17) (ordmærke), side 9.

⁴⁰¹ Jf. European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 38.

⁴⁰² Jf. Basire, Y., & Senftleben, M. (2023). *Public Policy and Morality in Trademark – Examination in the European Union*, side 622.

⁴⁰³ Jf. European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 38.

⁴⁰⁴ Jf. EUIPO's afgørelse af 2. juli 2015 i sag 012839486 (MH370) (ordmærke), side 1.

⁴⁰⁵ Jf. EUIPO's afgørelse af 2. juli 2015 i sag 013092937 (MH17) (ordmærke), side 1.

⁴⁰⁶ Jf. EUIPO's afgørelse af 2. juli 2015 i sag 012839486 (MH370) (ordmærke), side 3.

⁴⁰⁷ Jf. EUIPO's afgørelse af 2. juli 2015 i sag 013092937 (MH17) (ordmærke), side 6.

⁴⁰⁸ Jf. EUIPO's afgørelse af 2. juli 2015 i sag 012839486 (MH370) (ordmærke), side 7, og EUIPO's afgørelse af 2. juli 2015 i sag 013092937 (MH17) (ordmærke), side 9.

Endvidere vedrørte sag R 1566/2018-5 registreringen af EU-ordmærket »novichok«, ⁴⁰⁹ der henviste til en meget potent nervegift, som var blevet anvendt til et attentat og et attentatforsøg i Storbritannien i 2018. ⁴¹⁰ BoA fandt, at den relevante kundekreds ville opfatte varemærket som en bagatellisering af disse hændelser og dermed som stridende mod sædeligheden. ⁴¹¹ BoA bemærkede desuden, at udvikling og brug af kemiske våben er forbudt efter Konventionen om kemiske våben af 1993, ⁴¹² hvorfor henvisningen til det dødbringende og perfide kemiske våben også stred mod den offentlige orden. ⁴¹³

Et lignende ræsonnement anvendes for varemærker, som indeholder et element relateret til coronapandemien. ⁴¹⁴ Eksempelvis vedrørte sag R 260/2021-G, som er omtalt ovenfor i afsnit 8.4.3, registreringen af et EU-figurmærke med ordelementet »COVIDIOT«. ⁴¹⁵ BoA fandt, at den relevante kundekreds ville opfatte varemærket som en latterliggørelse og bagatellisering af coronapandemien, som havde været en af de mest dødelige og destruktive pandemier nogensinde, og at varemærket derfor stred mod sædeligheden. ⁴¹⁶

Et særegent eksempel forelå i sag R 587/2021-4, som vedrørte registreringen af EU-ordmærket »corona« for møbler og møblering. ⁴¹⁷ Ansøgeren solgte den kendte »corona stol«, som var designet af Poul Volther. ⁴¹⁸ Stolen havde eksisteret siden 1961, mens det uregistrerede varemærke havde været i brug siden 1964. ⁴¹⁹ BoA fremhævede, at ordet »corona« som sådan var neutralt, ⁴²⁰ og at pandemien ikke havde ændret samfundets grundlæggende moralske værdier og normer i en sådan grad, at ethvert varemærke indeholdende ordet blev opfattet som moralsk uacceptabelt. ⁴²¹ Varemærket blev registreret under henvisning til, at det havde været i brug siden 1964, og at det den relevante kundekreds derfor ikke ville opfatte varemærket som en henvisning til coronapandemien. ⁴²² Sagen illustrerer således, at fastsættelsen af den relevante kundekreds' opfattelse ikke alene kan baseres på baggrund af varemærkets egenskaber, men at der også skal tages hensyn til den relevante kundekreds' faktiske opfattelse af varemærket.

9.4. Historiske skikkelser, nationale symboler eller højt agtede personer

Et varemærke, der indeholder et element relateret til en historisk skikkelse, et nationalt symbol eller en højt agtet person med en positiv konnotation, vil som udgangspunkt stride mod sædelighed, hvis det anvendes i en banal sammenhæng. Den relevante kundekreds vil i sådanne tilfælde almindeligvis

⁴⁰⁹ Jf. Femte Appelkammers afgørelse af 8. april 2019 i sag R 1566/2018-5 (novichok) (ordmærke), præmis 1.

⁴¹⁰ Ibid., præmis 21-22.

⁴¹¹ Ibid., præmis 24-25.

⁴¹² Konvention af 13. januar 1993 om forbud mod udvikling, fremstilling, oplagring og anvendelse af kemiske våben og sådanne våbens tilintetgørelse. Konventionen blev ratificeret ved bekendtgørelse nr. 139 af 2. november 1995 af De Forenede Nationers konvention af 13. januar 1993 om forbud mod udvikling, fremstilling, oplagring og anvendelse af kemiske våben og sådanne våbens tilintetgørelse.

⁴¹³ Jf. Femte Appelkammers afgørelse af 8. april 2019 i sag R 1566/2018-5 (novichok) (ordmærke), præmis 21 og 25.

⁴¹⁴ Jf. Basire, Y., & Senftleben, M. (2023). *Public Policy and Morality in Trademark – Examination in the European Union*, side 622-623.

⁴¹⁵ Jf. Det Store Appelkammers afgørelse af 16. maj 2024 i sag R 260/2021-G (COVIDIOT) (figurmærke), præmis 63.

⁴¹⁶ Ibid., præmis 86 og 103 og 147.

⁴¹⁷ Jf. Fjerde Appelkammers afgørelse af 29. juni 2021 i sag R 587/2021-4 (corona) (ordmærke), præmis 1.

⁴¹⁸ Ibid., præmis 3.

⁴¹⁹ Jf. Donk, B. B. E. van der. (2022). *Cannabis, corona and the latest morality developments in European trade mark law*, side 306-307.

⁴²⁰ Jf. Fjerde Appelkammers afgørelse af 29. juni 2021 i sag R 587/2021-4 (corona) (ordmærke), præmis 11.

⁴²¹ Ibid., præmis 12.

⁴²² Ibid.

opfatte varemærket som stødende i strid med samfundets grundlæggende moralske værdier og normer. De varer og/eller tjenesteydelser, som varemærket anvendes eller søges registreret for, kan dog i visse tilfælde påvirke denne vurdering.⁴²³ Et varemærke med sådanne elementer, vil primært falde ind under sædelighed, men det kan i visse tilfælde også være omfattet af lov eller den offentlige orden.

Eksempelvis vedrørte sag R 2613/2011-2 ophævelsen af EU-ordmærket »ATATURK«, ⁴²⁴ som henviste til efternavnet på grundlæggeren af det moderne Tyrkiet, Mustafa Kemal Atatürk. ⁴²⁵ BoA fremhævede, at Atatürk er anerkendt og beundret som et nationalt symbol af den brede europæiske offentlighed af tyrkisk oprindelse grundet hans historiske rolle i det tyrkiske folks politiske, religiøse, sociale og kulturelle udvikling. ⁴²⁶ Den banale brug af varemærket ville derfor blive opfattet som stødende af denne del af offentligheden. ⁴²⁷ På den baggrund fandt BoA, at varemærket var registreret i strid med sædeligheden, hvorefter registreringen blev ophævet. ⁴²⁸ Havde varemærket oprindeligt været registreret for eksempelvis drift af museer, ville denne offentlighed næppe have følt sig stødt, og varemærket ville formentlig ikke være blevet ophævet. ⁴²⁹

9.5. Elementer med en religiøs eller hellig tilknytning

Et varemærke, der indeholder et element med en religiøs eller hellig tilknytning, herunder ledende religiøse eller hellige skikkelser, symboler, skrifter, ceremonier samt troende, ⁴³⁰ vil som udgangspunkt stride mod sædelighed efter EU-varemærkeretten, hvis det anvendes i en banal sammenhæng, ⁴³¹ henviser til det religiøse eller hellige element på en provokerende, stødende eller blasfemisk måde, ⁴³² eller angriber en religion på en upassende eller grov måde. ⁴³³ I sådanne tilfælde vil den relevante kundekreds almindeligvis opfatte varemærket som fornærmende, diskriminerende, nedværdigende, nedsættende, ⁴³⁴ uacceptabelt eller krænkende i strid med samfundets grundlæggende moralske værdier og normer. ⁴³⁵ Det er dog en betingelse, at det religiøse eller hellige element er kendt af en betydelig del af den relevante kundekreds. ⁴³⁶ Respekt for religion udgør desuden et grundlæggende princip i EU og medlemsstaterne, jf. EUC artikel 22. Et varemærke med sådanne elementer kan derfor

⁴²³ Jf. European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 41-42

⁴²⁴ Jf. Anden Appellkammers afgørelse af 17. september 2012 i sag R 2613/2011-2 (ATATURK) (ordmærke), præmis 1.

⁴²⁵ Ibid., præmis 32.

⁴²⁶ Ibid.

⁴²⁷ Ibid., præmis 33.

⁴²⁸ Ibid., præmis 36.

⁴²⁹ Eksemplet er taget fra European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 41-42

⁴³⁰ Ibid., side 25, der nævner paven som et eksempel på en ledende religiøs skikkelse.

⁴³¹ Ibid., side 26.

⁴³² Ibid., side 28.

⁴³³ Ibid.

⁴³⁴ Ibid., side 25.

⁴³⁵ Ibid., side 25-26.

⁴³⁶ Jf. Basire, Y., & Senftleben, M. (2023). *Public Policy and Morality in Trademark – Examination in the European Union*, side 616.

også være omfattet af den offentlige orden.⁴³⁷ Et sådant varemærke kan i visse tilfælde også være omfattet af lov efter Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 1. led.

Eksempelvis vedrørte sag R 510/2013-1 registreringen af et EU-figurmærke, som gengav det latinske kors mod en baggrund med en solopgang eller solnedgang over vandet.⁴³⁸ BoA fremhævede, at det latinske kors er det mest respekterede symbol inden for kristendommen, og at korset i varierende former er centralt for alle kristne trosretninger.⁴³⁹ BoA fandt, at den relevante kundekreds ville opfatte varemærket som stødende, da en banal brug af korset som varemærke kompromitterede korsets religiøse værdi.⁴⁴⁰ Varemærket stred derfor mod sædeligheden og blev nægtet registrering.⁴⁴¹

Videre vedrørte sag R 748/2022-5 registreringen af EU-ordmærket »SAINT CONSTANTIN BRÂNCOVEANU« for alkoholholdige drikkevarer.⁴⁴² Varemærket henviste til en kendt helgen med samme navn, som særligt i Rumænien blev anset som et symbol i den ortodokse kristendoms historie og kultur.⁴⁴³ Varemærket blev dog registreret under henvisning til, at den rumænske varemærkemyndighed tidligere havde registreret ansøgerens andre varemærker indeholdende det samme navn for de samme varer, hvilket indikerede, at den rumænske kundekreds ikke ville blive stødt af varemærket.⁴⁴⁴ Der blev derudover lagt vægt på, at den ortodokse kirke ikke forbyder indtagelsen af alkohol, at det er kristen praksis at bruge vin under nadverritualet, og at vin omtales i Bibelen.⁴⁴⁵

Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 2. og 3. led, gennemfører som nævnt Vmd artikel 4, stk. 3, litra b, hvorefter varemærker, som omfatter tegn af stor symbolsk værdi, herunder navnlig religiøse symboler, ikke kan registreres.⁴⁴⁶ På trods af dette blev varemærkerne i sagerne MP721521 (CHRIST)⁴⁴⁷ og VA 2009 03365 (BIBELSKE BRØD)⁴⁴⁸ registreret uden indsigelser på trods af varemærkernes henvisninger til henholdsvis en central religiøs skikkelse og et centralt religiøst skrift. Dansk varemærkeret synes således at være mere lempelig end EU-varemærkeretten i forhold til den banale brug af religiøse eller hellige elementer. Udgangspunktet om, at varemærket strider mod den offentlige orden eller sædelighed, synes dog fortsat at gælde, hvis det religiøse eller hellige element anvendes på en provokerende, stødende eller blasfemisk måde, eller angriber en religion på en upassende eller grov måde.

⁴³⁷ Jf. European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 28.

⁴³⁸ Jf. Første Appellkammers afgørelse af 10. september 2015 i sag R 510/2013-1 (REPRESENTATION D'UNE CROIX) (figurmærke), præmis 37.

⁴³⁹ Ibid., præmis 50.

⁴⁴⁰ Ibid., præmis 61.

⁴⁴¹ Ibid., præmis 70-71.

⁴⁴² Jf. Femte Appellkammers afgørelse af 17. juni 2022 i sag R 748/2022-5 (SAINT CONSTANTIN BRÂNCOVEANU) (ordmærke), præmis 1.

⁴⁴³ Ibid., præmis 24-25.

⁴⁴⁴ Ibid., præmis 31.

⁴⁴⁵ Ibid., præmis 35.

⁴⁴⁶ Jf. lovforslag nr. L 49 af 3. oktober 2018 om ændring af varemærkeloven og forskellige andre love og om ophævelse af fællesmærkeloven, Folketingstidende 2018-19 (1. samling), tillæg A, side 59.

⁴⁴⁷ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag MP721521 (CHRIST) (ordmærke), tilførselsbrev af 13. juni 2000.

⁴⁴⁸ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2009 03365 (BIBELSKE BRØD) (ordmærke), gyldighedsbrev af 2. marts 2010.

I sag VA 1998 03292, som vedrørte registreringen af ordmærket »ZA'TAN'S MESSIAH«, blev varemærket nægtet registrering under henvisning til, at det stred mod den offentlige orden.⁴⁴⁹

9.6. Elementer, der er foragtelige, nedsættende eller forhånende over for en bestemt gruppe

Et varemærke, der indeholder et element, som angriber eller nedgør en bestemt gruppe på grund af eksempelvis køn, race, hudfarve, sprog, religion, national, etnisk eller social oprindelse, tilhørsforhold til et mindretal, politiske eller andre anskuelser, handicap, alder eller seksuel orientering, vil som udgangspunkt stride mod sædelighed. Den relevante kundekreds vil i sådanne tilfælde almindeligvis opfatte varemærket som fornærmende, nedværdigende eller krænkende i strid med samfundets grundlæggende moralske værdier og normer. Hvis varemærket er diskriminerende, racistisk eller tilskynder til had, fordomme eller modvilje mod en bestemt gruppe, vil varemærket almindeligvis også stride mod den offentlige orden,⁴⁵⁰ da kampen mod diskrimination er en grundlæggende værdi i EU og medlemsstaterne, jf. TEU artikel 2, TEUF artikel 10 og EUC artikel 21.⁴⁵¹ Det er som udgangspunkt uden betydning, hvilke varer og/eller tjenesteydelser varemærket anvendes eller søges registreret for.⁴⁵² Et sådant varemærke kan i visse tilfælde også være omfattet af lov efter Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 1. led.

Eksempelvis vedrørte sag T-526/09, som er omtalt ovenfor i afsnit 8.2.1.2, registreringen af EU-ordmærket »PAKI«,⁴⁵³ som er et nedsættende udtryk for en person fra Pakistan.⁴⁵⁴ Retten fandt, at den relevante kundekreds ville opfatte varemærket som racistisk og stødende, og at det derfor var uden betydning, hvilke varer og tjenesteydelser varemærket blev anvendt eller søgt registreret for, da kampen mod diskrimination var en grundlæggende værdi i EU.⁴⁵⁵ Varemærket stred derfor mod den offentlige orden og sædelighed og blev nægtet registrering.⁴⁵⁶

Videre vedrørte sag R 2307/2020-G registreringen af EU-ordmærket »MARICON PERDIDO«,⁴⁵⁷ som henviser til det engelske udtryk »hopeless poofter«. ⁴⁵⁸ BoA fandt, at udtrykket var en homofobisk fornærmelse, som den relevante

⁴⁴⁹ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 1998 03292 (ZA'TAN'S MESSIAH) (ordmærke), afslagsbrev af 16. juli 1999. Afslaget blev begrundet med, at det var »egnet til at vække forargelse«. Denne begrundelse knytter sig traditionelt til sædelighed, da den vedrører grundlæggende moralske normer. Det beror formentlig derfor på en fejl, at PV nægtede at registrere varemærket under henvisning til den offentlige orden, selv om varemærket principielt godt kunne rubriceres under denne registreringshindring.

⁴⁵⁰ Jf. European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 33.

⁴⁵¹ Jf. Rettens dom af 5. oktober 2011 i sag T-526/09, PAKI Logistics GmbH mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (PAKI) (ordmærke), præmis 15.

⁴⁵² Ibid. Se afsnit 8.2.1.2 ovenfor.

⁴⁵³ Ibid., præmis 2.

⁴⁵⁴ Ibid., præmis 6 og 15.

⁴⁵⁵ Ibid., præmis 15.

⁴⁵⁶ Ibid., præmis 15 og 37.

⁴⁵⁷ Jf. Det Store Appelkammers afgørelse af 25. november 2024 i sag R 2307/2020-G (MARICON PERDIDO) (ordmærke), præmis 1.

⁴⁵⁸ Ibid., præmis 47.

kundekreds ville opfatte som uhøfligt og stødende.⁴⁵⁹ Varemærket stred derfor mod sædeligheden for blev nægtet registrering.⁴⁶⁰

Ifølge forarbejderne til varemærkeloven tager henvisningen til den offentlige orden som nævnt sigte på varemærker med et racistisk tilsnit.⁴⁶¹ Denne forståelse afspejles også i dansk varemærkepraksis. Eksempelvis vedrørte sag VA 2013 03248, registreringen af ordmærket »Kalak«, som betyder »en skide grønlander« på grønlandsk. Varemærket blev nægtet registrering under henvisning til, at det stred mod den offentlige orden.⁴⁶²

9.7. Elementer af væsentlige ordensmæssige interesser

Elementer af væsentlige ordensmæssige interesser⁴⁶³ omfatter blandt andet elementer, der skaber det fejlagtige indtryk, at varemærkeindehaveren er associeret med (1) en statslig eller international myndighed, institution eller organisation eller (2) kongehuset. Hertil kommer elementer, der forudsætter (3) en særlig tilladelse, adkomst eller er forbeholdt bestemte varer eller tjenesteydelser, og elementer, der (4) er internationalt anerkendt til specifikke situationer.

Et varemærke, der indeholder sådanne elementer, vil som udgangspunkt stride mod den offentlige orden. Elementer, der forudsætter særlig adkomst eller er forbeholdt bestemte varer eller tjenesteydelser, vil typisk være reguleret og dermed som udgangspunkt stride mod lov efter Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 1. led. Varemærker med elementer af væsentlige ordensmæssige interesser kan i visse tilfælde også stride mod sædelighed.

Et eksempel på første kategori af elementer er sag R 1590/2010-1, som vedrørte ophævelsen af et EU-figurmærke, der bestod af en række stjerner formet som en cirkel med en blå baggrund samt ordelementet »EUROPEAN DRIVESHAFT SERVICES EDS«. ⁴⁶⁴ BoA bemærkede, at cirklen med stjernerne kunne skabe en fejlagtig association til EU,⁴⁶⁵ og at dets anvendelse skadede EU's interesser og potentielt EU's omdømme blandt den brede offentlighed.⁴⁶⁶ På den baggrund fandt BoA, at varemærket var registreret i strid med den offentlige orden,⁴⁶⁷ hvorefter registreringen blev ophævet.⁴⁶⁸

⁴⁵⁹ Jf. Det Store Appelkammers afgørelse af 25. november 2024 i sag R 2307/2020-G (MARICON PERDIDO) (ordmærke), præmis 47 og 64.

⁴⁶⁰ Ibid., præmis 72, 74 og 88.

⁴⁶¹ Jf. lovforslag nr. L 49 af 3. oktober 2018 om ændring af varemærkeloven og forskellige andre love og om ophævelse af fællesmærkeloven, Folketingstidende 2018-19 (1. samling), tillæg A, side 59. Se afsnit 7.3.1 ovenfor.

⁴⁶² Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2013 03248 (Kalak) (ordmærke), afslagsbrev af 29. januar 2015, side 1.

⁴⁶³ Udtrykket »væsentlige ordensmæssige interesser« er taget fra lovforslag nr. L 49 af 3. oktober 2018 om ændring af varemærkeloven og forskellige andre love og om ophævelse af fællesmærkeloven, Folketingstidende 2018-19 (1. samling), tillæg A, side 59.

⁴⁶⁴ Jf. Første Appelkammers afgørelse i R 1590/2010-1 (EUROPEAN DRIVESHAFT SERVICES EDS) (figurmærke), præmis 41.

⁴⁶⁵ Ibid., præmis 53.

⁴⁶⁶ Ibid., præmis 55.

⁴⁶⁷ Ibid., præmis 55.

⁴⁶⁸ Ibid., præmis 52.

Ifølge forarbejderne til varemærkeloven sigter den offentlige orden i Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 2. led, på varemærker, der giver det fejlagtige indtryk, at varemærkeindehaveren er en offentlig myndighed.⁴⁶⁹ Denne tendens afspejles også i dansk varemærkepraksis. I sagerne VA 2013 00195 (Eventministeriet),⁴⁷⁰ VA 2016 02809 (vinministeriet)⁴⁷¹ og VA 2021 00751 (:NOTARIUS PUBLICUS. :Danmark.)⁴⁷² blev varemærkerne nægtet registrering under henvisning til den offentlige orden, da de kunne skabe det fejlagtige indtryk, at varemærkeindehaverne var associerede med offentlige myndigheder.

Det forholdt sig anderledes i sagerne VA 1998 01129 (FESTMINISTERIET I/S),⁴⁷³ VA 2011 02430 (MINISTRY4GIRLS)⁴⁷⁴ og VA 2019 00465 (Juleministeriet),⁴⁷⁵ som blev registreret uden indsigelser, formentlig grundet ordmærkernes øvrige bestanddele, som svækkede et eventuelt indtryk af en association til en offentlig myndighed.

Et eksempel på anden kategori af elementer er sag R 911/2016-1, som vedrørte registreringen af et EU-figurmærke med ordelementet »DANISH BY DANISH CROWN« samt en firtakket krone i den øverste del af figurmærket.⁴⁷⁶ BoA fandt, at varemærket skabte en fejlagtig association til det danske monarki eller den danske regering, herunder at de varer og/eller tjenesteydelser, som varemærket blev søgt registreret for, fremstod som godkendt, kvalitetskontrolleret eller garanteret af disse.⁴⁷⁷ Varemærket stred derfor mod den offentlige orden og blev nægtet registrering.⁴⁷⁸

Den offentlige orden i Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 2. led, tager som nævnt sigte på varemærker, der refererer til kongehuset.⁴⁷⁹ Dette afspejles også i dansk varemærkepraksis, der konsekvent nægter registrering af varemærker, som indeholder sådanne referencer. Nogle eksempler herpå er sagerne VA 1995 05755 (Prinsesse Alexandra),⁴⁸⁰ VA 2006 02377 (Kong Christian X's Gigt hospital),⁴⁸¹ VA 2008 02901 (KING OF DENMARK),⁴⁸² VA 2014 02806 (Dronningen),⁴⁸³ VA 2017

⁴⁶⁹ Jf. lovforslag nr. L 49 af 3. oktober 2018 om ændring af varemærkeloven og forskellige andre love og om ophævelse af fællesmærkeloven, Folketingstidende 2018-19 (1. samling), tillæg A, side 59. Se afsnit 7.3.1 ovenfor.

⁴⁷⁰ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2013 00195 (Eventministeriet) (ordmærke), afslagsbrev af 16. april 2013, side 1.

⁴⁷¹ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2016 02809 (vinministeriet) (ordmærke), afslagsbrev af 4. april 2018, side 1.

⁴⁷² Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2021 00751 (:NOTARIUS PUBLICUS. :Danmark.) (figurmærke), afslagsbrev af 5. januar 2022, side 1.

⁴⁷³ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 1998 01129 (FESTMINISTERIET I/S) (ordmærke), gyldighedsmeddelelse af 9. november 1998.

⁴⁷⁴ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2011 02430 (MINISTRY4GIRLS) (ordmærke), gyldighedsmeddelelse af 21. november 2011.

⁴⁷⁵ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2019 00465 (Juleministeriet) (ordmærke), gyldighedsmeddelelse af 6. juni 2019.

⁴⁷⁶ Jf. Første Appellkammers afgørelse af 23. juli 2019 i sag R 911/2016-1 (DANISH BY DANISH CROWN) (figurmærke), præmis 32.

⁴⁷⁷ Ibid., præmis 78-79.

⁴⁷⁸ Ibid., præmis 79.

⁴⁷⁹ Jf. lovforslag nr. L 49 af 3. oktober 2018 om ændring af varemærkeloven og forskellige andre love og om ophævelse af fællesmærkeloven, Folketingstidende 2018-19 (1. samling), tillæg A, side 59. Se afsnit 7.3.1 ovenfor.

⁴⁸⁰ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 1995 05755 (Prinsesse Alexandra) (ordmærke), afslagsbrev af 28. juni 1996.

⁴⁸¹ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2006 02377 (Kong Christian X's Gigt hospital) (figurmærke), afslagsbrev af 5. april 2007.

⁴⁸² Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2008 02901 (KING OF DENMARK) (ordmærke), afslagsbrev af 20. januar 2009.

⁴⁸³ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2014 02806 (Dronningen) (ordmærke), afslagsbrev af 12. januar 2016, side 1.

01977 (kongen af Danmark fisk),⁴⁸⁴ VA 2021 00859 (Frederik IX Studios)⁴⁸⁵ og VA 2024 00188 (NØRREGADE DRONNINGEN AF DANMARK BOLCHER)⁴⁸⁶ hvor varemærkerne blev nægtet registrering under henvisning til den offentlige orden, da varemærkerne indeholdt en royal titel, som udelukkende tilkommer medlemmer af kongehuset.

Det følger dog af PV's Guidelines for varemærker, at betegnelser som »KING«, »QUEEN«, »PRINCE« og »PRINSESSE« kan registreres, da titlerne anses for generiske betegnelser.⁴⁸⁷ I sag VA 2021 00859 (Frederik IX Studios) udtalte PV, at der gælder en skillelinje for beskyttelsen af personnavne, der henviser til kongehuset. Når der er forløbet ca. 70 år fra vedkommende er afgået ved døden, eksisterer det samme beskyttelsesbehov som udgangspunkt ikke, og registrering af sådanne personnavne er herefter mulig.⁴⁸⁸

Nogle eksempler på tredje kategori af elementer er sagerne VA 2017 01685 (GRANOLA)⁴⁸⁹ og VA 2021 02486 (Smart makro Øko Protein penne),⁴⁹⁰ som indeholdt det statskontrollerede økologimærke, der kun måtte anvendes under nærmere lovbestemte omstændigheder, herunder med særlig tilladelse. Da ingen af varemærkerne opfyldte betingelserne, blev de nægtet registrering under henvisning til, at de stred mod lov efter Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 1. led.

Et eksempel på sidste kategori af elementer er sag R 2124/2011-5, som vedrørte registreringen af et EU-figurmærke, der gengav det internationalt anerkendte højspændingssymbol.⁴⁹¹ BoA fandt, at varemærket ville give offentligheden det fejlagtige indtryk, at der forelå en risiko for højspænding, og at brugen af symbolet i situationer uden en reel fare ville udvande symbolets betydning, hvilket kunne føre til, at forbrugere ignorerede symboler i farlige situationer, hvor det blev anvendt korrekt.⁴⁹² Varemærket stred derfor mod den offentlige orden⁴⁹³ og blev nægtet registrering.⁴⁹⁴

9.8. Sammenfatning

Et varemærke, der indeholder et vulgært, uanstændigt eller seksuelt element, strider almindeligvis mod sædelighed, da den relevante kundekreds typisk vil opfatte varemærket som stødende eller chokerende. Vurderingen er dog konkret. Sådanne varemærker kan også stride mod lov efter Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 1. led, og den offentlige orden. EU-praksis med ordelementet »fuck« eller bearbejdelser heraf, og elementer med seksuelle handlinger, fornærmelser eller kønsorganer, viser en vis

⁴⁸⁴ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2017 01977 (kongen af Danmark fisk) (ordmærke), afslagsbrev af 19. juli 2018, side 1.

⁴⁸⁵ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2021 00859 (Frederik IX Studios) (ordmærke), brev af 20. april 2021, side 1-2.

⁴⁸⁶ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2024 00188 (NØRREGADE DRONNINGEN AF DANMARK BOLCHER) (ordmærke), afslagsbrev af 12. september 2024, side 1.

⁴⁸⁷ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsen. (n.d.). *Guidelines for varemærker*, afsnit Varemærker som strider mod den offentlige orden, fane Artikel.

⁴⁸⁸ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2021 00859 (Frederik IX Studios) (ordmærke), brev af 20. april 2021, side 1-2.

⁴⁸⁹ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2017 01685 (GRANOLA) (figurmærke), afslagsbrev af 28. juni 2018, side 3.

⁴⁹⁰ Jf. Patent- og Varemærkestyrelsens sag VA 2021 02486 (Smart makro Øko Protein penne) (formmærke), afslagsbrev af 30. juni 2022, side 1.

⁴⁹¹ Jf. Femte Appellkammers afgørelse af 21. september 2012 i sag R 2124/2011-5 (DEVICE OF LIGHTNING BOLT) (figurmærke), præmis 22.

⁴⁹² Ibid.

⁴⁹³ Ibid.

⁴⁹⁴ Ibid., præmis 33.

inkonsistens, hvor særligt de varer og/eller tjenesteydelser, som varemærket anvendes eller søges registreret for, og varemærkets budskab er afgørende. Dansk varemærkepraksis har derimod en lempelig tilgang til brugen af »fuck« men en streng linje over for seksuelle handlinger, fornærmelser og kønsorganer.

Et varemærke, der henviser til en velkendt tragisk begivenhed, vil som udgangspunkt stride mod sædelighed, da den relevante kundekreds almindeligvis opfatter varemærket som en bagatellisering af begivenheden eller som et åbenlyst misbrug i strid med samfundets grundlæggende moralske værdier og normer, f.eks. et varemærke, der henviser til et forsvundet eller styrtet fly. Vurderingen beror dog på en række faktorer, herunder blandt andet begivenhedens art, offentlighedens opfattelse, begivenhedens indvirkning og den tid, der er forløbet siden begivenheden. I visse tilfælde kan et sådant varemærke også omfattes af lov efter Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 1. led, og den offentlige orden, hvilket navnlig Novichok-afgørelsen illustrerer.

Et varemærke, der indeholder historiske skikkelser, nationale symboler eller højt agtede personer, vil som udgangspunkt også stride mod sædelighed, hvis varemærket anvendes i en banal sammenhæng. Den relevante kundekreds vil typisk opfatte varemærket som stødende i strid med samfundets grundlæggende moralske normer, selv om personen i øvrigt har en positiv konnotation. Sådanne varemærker kan desuden stride mod lov efter Vml § 14, stk. 1, nr. 2, og den offentlige orden.

Et varemærke, der indeholder et element med en religiøs eller hellig tilknytning, vil ligeledes kunne stride mod sædelighed, navnlig hvis elementet anvendes i en banal, provokerende, stødende eller blasfemisk sammenhæng, eller angriber en religion på en upassende eller grov måde. Den relevante kundekreds vil almindeligvis opfatte et sådant varemærke som fornærmende, diskriminerende eller uacceptabelt. Respekt for religion er derudover et grundlæggende princip i EU og medlemsstaterne, hvorfor et sådant varemærke også kan stride mod den offentlige orden. Sådanne varemærker kan også stride mod lov efter Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 1. led. Dansk varemærkepraksis synes dog at have en lempelig tilgang over for en banal brug af religiøse og hellige symboler på trods af, at Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 2. og 3. led gennemfører Vmd artikel 4, stk. 3, litra b, om religiøse symboler. Er elementet derimod provokerende, stødende eller blasfemisk eller angriber en religion på en anden måde, synes dansk varemærkepraksis at følge samme udgangspunkt som EU-varemærkeretten.

Et varemærke, som angriber eller nedgør en bestemt gruppe på baggrund af eksempelvis køn, race, hudfarve, sprog, religion eller seksuel orientering, vil som udgangspunkt stride mod sædelighed, da den relevante kundekreds almindeligvis vil opfatte varemærket som fornærmende, nedværdigende eller krænkende i strid med samfundets grundlæggende moralske værdier og normer. Er varemærket diskriminerende, racistisk eller tilskynder til had, fordomme eller modvilje mod en bestemt gruppe, vil varemærket almindeligvis også stride mod den offentlige orden, da kampen mod diskrimination er en grundlæggende værdi i EU og medlemsstaterne. I begge vurderinger vil de varer og/eller

tjenesteydelser, varemærket anvendes eller søges registreret for, som udgangspunkt være uden betydning. Et sådant varemærke kan desuden også være omfattet af lov efter Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 1. led.

Et varemærke, der indeholder elementer af væsentlige ordensmæssige interesser, vil som udgangspunkt stride mod den offentlige orden. Det gælder blandt andet elementer, der kan skabe et fejlagtigt indtryk af en association til en statslig eller international myndighed, institution eller organisation eller kongehuset. Særligt varemærker, der henviser til kongehuset eller indeholder royale titler, bliver konsekvent nægtet registrering. Indeholder varemærket elementer, som kræver særlig tilladelse, adgang eller er forbeholdt bestemte varer eller tjenesteydelser, vil det endvidere ofte være reguleret og dermed også stride mod lov, f.eks. anvendelsen af det statskontrollerede økologimærke.

Del III

Særligt om beskyttelsen af det offentlige domæne

10. Beskyttelsen af det offentlige domæne

10.1. Indledning

De følgende afsnit har til formål at besvare anden del af problemformuleringen. Undersøgelsen vil dog ikke inddrage leddet vedrørende lov i Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 1. led, da dette begreb ikke har relevans ved analysen af beskyttelsen af det offentlige domæne.

I afsnit 10.2 redegøres for Vigeland-afgørelsen, som udgør undersøgelsens centrale udgangspunkt. Dernæst behandles spørgsmålet om, hvorvidt og hvordan det offentlige domæne beskyttes efter Vml § 14, stk. 1, nr. 2, 2. og 3. led, og Vmf artikel 7, stk. 1, litra f, i afsnit 10.2.1-10.2.2. Efterfølgende gennemgås en række af de uklarheder, som Vigeland-afgørelsen har efterladt, hvortil der vil argumenteres for, hvordan disse uklarheder bør løses. Dette omfatter navnlig spørgsmålene om Vigeland-afgørelsens anvendelsesområde (afsnit 10.3), om tidligere ophavsretsbeskyttelse er et en betingelse for at anvende principperne fra afgørelsen (afsnit 10.4), samt hvad der nærmere udgør kulturarv (afsnit 10.5). I afsnit 10.4-10.5 inddrages tillige det nye designdirektiv.

10.2. Vigeland-afgørelsen – hvorvidt og hvordan beskyttes det offentlige domæne?

Vigeland-afgørelsen vedrørte en nogle varemærkeansøgninger indgivet af Oslo Kommune for en række kunstværker af den norske billedhugger Gustav Vigeland, der betragtes som en af Norges mest fremragende billedhuggere.⁴⁹⁵ Varemærkeansøgningerne blev indgivet, da ophavsretten til flere af værkerne var udløbet eller stod til at udløbe, således at de var eller ville indtræde i det offentlige domæne.⁴⁹⁶ Visse af varemærkerne blev nægtet registrering af den norske varemærkemyndighed, Patentstyret,⁴⁹⁷ blandt andet under henvisning til manglende særpræg.⁴⁹⁸ Oslo Kommune klagede over afgørelsen til den norske ankemyndighed, Klagenemnda for industrielle rettigheter (KIR).⁴⁹⁹ I forbindelse med sagsbehandlingen blev følgende præjudicielle spørgsmål forelagt for EFTA-Domstolen (EFTAD):⁵⁰⁰

⁴⁹⁵ Jf. EFTA-Domstolens dom af 6. april 2017 i sag E-5/16 (Vigeland) (flere figurmærker), præmis 20.

⁴⁹⁶ Ibid., præmis 20.

⁴⁹⁷ Jf. Schovsbo, J. H., Porsdam, H., & Riis, T. (2024). *Den immaterielle beskyttelse af den materielle kulturarv*, side 109.

⁴⁹⁸ Jf. EFTA-Domstolens dom af 6. april 2017 i sag E-5/16 (Vigeland) (flere figurmærker), præmis 27.

⁴⁹⁹ Jf. Schovsbo, J. H., Porsdam, H., & Riis, T. (2024). *Den immaterielle beskyttelse af den materielle kulturarv*, side 109.

⁵⁰⁰ Jf. EFTA-Domstolens dom af 6. april 2017 i sag E-5/16 (Vigeland) (flere figurmærker), præmis 31.

1. Kan varemærkere registrering af værker, for hvilke den ophavsretlige beskyttelse er udløbet, under nærmere omstændigheder komme i konflikt med forbuddet i Vmd artikel 4, stk. 1, litra f,⁵⁰¹ mod registrering af varemærker, som strider mod den offentlige orden eller sædelighed?
2. Hvis spørgsmål 1 besvares bekræftende, vil det have betydning for vurderingen at værket er velkendt og har stor kulturel værdi?
3. Hvis spørgsmål 1 besvares bekræftende, kan andre momenter eller kriterier end dem, som er nævnt i spørgsmål 2, have betydning for vurderingen, og i så fald hvilke?

EFTAD bemærkede indledningsvist, at ophavsretten og varemærkeretten forfølger forskellige formål, bliver anvendt under forskellige betingelser og har forskellige retlige konsekvenser, men at der i princippet ikke er noget til hinder for, at et værk er beskyttet efter begge systemer.⁵⁰² Ophavsretten er på den ene side tidsbegrænset, hvorefter værket indtræder i det offentlige domæne.⁵⁰³ Denne tidsbegrænsning varetager hensynet til retssikkerheden og berettigede forventninger ved at tillade enhver at bruge et værk efter ophavsrettens udløb.⁵⁰⁴ På den anden side er varemærkebeskyttelse i princippet evigtvarende, forudsat at denne bliver fornyet.⁵⁰⁵ EFTAD udtalte, at det forhold, at et værk havde været ophavsretligt beskyttet, ikke i sig selv kunne danne grundlag for at nægte varemærkere registrering.⁵⁰⁶

EFTAD anerkendte imidlertid, at varemærkere registreringen af et tidligere ophavsretligt beskyttet værk medførte en risiko for at give varemærkeindehaveren en tidsbegrænset eneret til værket, som ikke engang tilkom ophaveren eller dennes arvinger.⁵⁰⁷ Hensynet til at sikre almenhedens adgang til værket talte således imod at meddele varemærkebeskyttelse til det værk, som varemærket var baseret på.⁵⁰⁸ EFTAD undersøgte derfor, hvilke registreringshindringer, der kunne sikre almenhedens adgang til værket, og under hvilke betingelser, da det forhold, at værket havde været ophavsretligt beskyttet, ikke i sig selv var tilstrækkeligt grundlag for at nægte registrering.⁵⁰⁹

EFTAD fandt, at reglerne om særpræg ikke var tilstrækkelige til at beskytte det offentlige domæne, da særpræg kunne indarbejdes, og da reglerne herom kun midlertidigt kunne forhindre registrering

⁵⁰¹ Det oprindelige spørgsmål vedrørte 2008-direktivets artikel 3, stk. 1, litra f, som svarer til den nugældende Vmd artikel 4, stk. 1, litra f.

⁵⁰² Jf. EFTA-Domstolens dom af 6. april 2017 i sag E-5/16 (Vigeland) (flere figurmærker), præmis 62.

⁵⁰³ Ibid., præmis 64.

⁵⁰⁴ Ibid., præmis 65.

⁵⁰⁵ Ibid., præmis 68. Se også afsnit 4 ovenfor.

⁵⁰⁶ Ibid., præmis 88.

⁵⁰⁷ Ibid., præmis 70.

⁵⁰⁸ Ibid., præmis 72.

⁵⁰⁹ Ibid., præmis 88.

og holdt værket i det offentlige domæne.⁵¹⁰ EFTAD overvejede derfor, hvorvidt reglerne om den offentlige orden eller sædelighed var tilstrækkelige til at varetage dette hensyn.⁵¹¹

10.2.1. Det offentlige domæne og sædelighed

I forhold til sædelighed udtalte EFTAD, at visse (kunst)værker kunne have en særskilt status som fremtrædende dele af en nations kulturarv, et symbol på uafhængighed eller på nationens fundament og værdier. En varemærkeregistrering kunne i sådanne tilfælde opfattes som misbrug eller vanhelligelse af værket, særligt hvis det blev registreret for varer eller tjenesteydelser, som stred mod kunstnerens værdier eller budskabet bag værket. Varemærkeregistreringen af et værk, som var i det offentlige domæne kunne således opfattes som stødende af den gennemsnitlige forbruger og dermed som stridende mod sædelighed.⁵¹² EFTAD tilføjede dog, at dette måtte vurderes fra sag til sag, hvor der skulle tages hensyn til kunstværkets status, eller hvordan det blev opfattet i den relevante EØS-stat.⁵¹³

Denne fortolkning er velkendt i praksis. Et varemærke, der indeholder et element relateret til en velkendt tragisk begivenhed, historiske skikkelser, nationale symboler, højt agtede personer, eller religiøse eller hellige tegn, nægtes nemlig almindeligvis registrering under henvisning til, at den relevante kundekreds vil opfatte varemærket som banaliserende, åbenlyst misbrugende eller stødende i strid med samfundets grundlæggende moralske værdier og normer. I sådanne tilfælde er varemærket ikke nødvendigvis i sig selv obscønt. Det moralsk stridende ligger netop i banaliseringen eller misbruget af varemærket eller registreringen.⁵¹⁴ Det forhold, at et værk har stor kulturel værdi, indebærer dog ikke i sig selv, at varemærket strider mod sædelighed. Det afgørende for denne vurdering, som EFTAD også fremhæver, er den relevante kundekreds' opfattelse.⁵¹⁵

Reglerne om sædelighed kan dermed principielt beskytte det offentlige domæne, hvis den relevante kundekreds opfatter varemærkeregistreringen som stridende mod samfundets grundlæggende moralske værdier og normer. Selv om et afslag under henvisning til sædeligheden i princippet kan overvindes gennem f.eks. intensive markedsføringskampagner, viser gennemgangen af den begrænsede praksis i afsnit 7.4.2 ovenfor, at bevisbyrden eller indikationerne herfor er ganske strenge. Et afslag begrundet under hensyn til sædelighed vil derfor kun undtagelsesvist kunne overvindes, og reglerne om sædelighed beskytter således i vidt omfang det offentlige domæne.

⁵¹⁰ Jf. EFTA-Domstolens dom af 6. april 2017 i sag E-5/16 (Vigeland) (flere figurmærker), præmis 75.

⁵¹¹ Ibid., præmis 82.

⁵¹² Ibid., præmis 92.

⁵¹³ Ibid., præmis 93.

⁵¹⁴ Se afsnit 9.3-9.5 ovenfor.

⁵¹⁵ Se afsnit 8.2.1.3 ovenfor.

10.2.2. Det offentlige domæne og den offentlige orden

I relation til den offentlige orden udtalte EFTAD, at et varemærke kun kunne nægtes registrering under særlige omstændigheder, f.eks. hvis registreringen udgjorde en reel og tilstrækkelig alvorlig trussel mod visse grundlæggende værdier, eller hvis hensynet til almenhedens adgang til værket i sig selv udgjorde en grundlæggende samfundsinteresse.⁵¹⁶

KIR fandt i sin efterfølgende afgørelse, at de ansøgte varemærker stred mod den offentlige orden, da værkerne havde en stor kulturel værdi, da Oslo Kommune ville opnå en uberettiget konkurrencemæssig fordel, siden værkerne allerede havde positive konnotationer, da en registrering af varemærkerne ville begrænse almenhedens frie adgang til værkerne, og da Oslo Kommune systematisk havde forsøgt at varemærkere registrere alle Vigelands værker.⁵¹⁷

Vigeland-afgørelsens tilgang afviger fra den almindelige tilgang, som tager udgangspunkt i det pågældende varemærkes egenskaber.⁵¹⁸ I Vigeland-afgørelsen fremhævede EFTAD nemlig, at det centrale spørgsmål var, om det stred mod den offentlige orden at trække værket ud af det offentlige domæne som en konsekvens af en eventuel varemærkere registrering.⁵¹⁹ Med andre ord angik vurderingen, hvorvidt selve varemærkere registreringen stred mod den offentlige orden.⁵²⁰ Dette anerkendes dog som en korrekt anvendelse af reglerne,⁵²¹ idet Vml § 14, stk. 1, nr. 2, og Vmf artikel 7, stk. 1, litra f, ifølge *Schovsbo og Sommer*, opfattes som en sikkerhedsventil, som kan anvendes i meget særlige tilfælde.⁵²² En sådan fortolkning harmonerer i øvrigt også med det overordnede – men generelt formulerede – formål om at undgå registrering af varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædelighed.⁵²³ På samme vis som reglerne om sædelighed, sikrer reglerne om den offentlige orden i vidt omfang almenhedens adgang til værket, da denne absolutte registreringshindring som altovervejende udgangspunkt ikke kan overvindes.⁵²⁴

⁵¹⁶ Jf. EFTA-Domstolens dom af 6. april 2017 i sag E-5/16 (Vigeland) (flere figurmærker), præmis 96.

⁵¹⁷ Jf. Klagenemnda for industrielle rettigheters afgørelse af 13. november 2017 i de forenede sager 16/00148, 16/00149, 16/00150, 16/00151, 16/00153 og 16/00154 (Vigeland) (flere figurmærker) præmis 23-26. Resumeet af sagen er udarbejdet med inspiration fra Korsgaard, R., & Dokkedahl, N. (2021). *Kalak, kongehuset og kunstværker – om varemærker i strid med den offentlige orden eller sædelighed*, side 314.

⁵¹⁸ Jf. Rettens dom af 20. september 2011 i sag T-232/10, Couture Tech Ltd mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (Gengivelse af det sovjetiske våbenskjold) (figurmærke), præmis 50, og European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*, side 11. Se afsnit 8.2.1 ovenfor.

⁵¹⁹ Jf. EFTA-Domstolens dom af 6. april 2017 i sag E-5/16 (Vigeland) (flere figurmærker), præmis 87.

⁵²⁰ Jf. Schovsbo, J. H., & Riis, T. (2018). *Public Policy Limitations of Trade Mark Subject Matter – An EU Perspective*, side 250, Korsgaard, R., & Dokkedahl, N. (2021). *Kalak, kongehuset og kunstværker – om varemærker i strid med den offentlige orden eller sædelighed*, side 313-314, og Davis, J., & Żelechowski, Ł. (2023). *Bad Faith, Public Policy and Morality: How Open Concepts Shape Trade Mark Protection*, side 887.

⁵²¹ Jf. Schovsbo, J., Rosenmeier, M., & Salung Petersen, C. (2024). *Immaterialret*, 7. udgave, side 553.

⁵²² Jf. Schovsbo, J. H., & Sommer, T. (2023). *EVERGREENING®: Om kumulation af varemærke- og ophavsret*, side 377.

⁵²³ Se afsnit 6.2 ovenfor.

⁵²⁴ Se afsnit 7.4.2 ovenfor.

10.3. Vigeland-afgørelsens anvendelsesområde – er særpræg (u)tilstrækkeligt?

10.3.1. Problemstillingen

Vigeland-afgørelsen har givet anledning til diskussion i litteraturen, da den har efterladt en vis uklarhed om grænsen for, hvornår Vigeland-kriterierne finder anvendelse.⁵²⁵

EFTAD bekræftede som nævnt, at et værk som udgangspunkt kan registreres som varemærke.⁵²⁶ Det forhold, at et værk har været ophavsretligt beskyttet kan således ikke stå alene, og der skal derfor »noget mere« til, før Vigeland-kriterierne finder anvendelse. For visse kunstværker, der nyder særlig status som fremtrædende dele af en nations kulturarv, kan en varemærkeregistrering betragtes som en uretmæssig tilegnelse eller en vanhelligelse af kunstnerens værk. I en sådan situation kan varemærkeregistreringen af et kunstværk af gennemsnitsforbrugeren blive opfattet som stødende og derfor i strid med sædelighed.⁵²⁷ Under særlige omstændigheder, hvor registreringen vil blive betragtet som en reel og alvorlig trussel mod visse grundlæggende værdier, eller hvor behovet for at beskytte det offentlige domæne i sig selv betragtes som en grundlæggende samfundsinteresse, kan registreringen af et tegn som varemærke desuden blive afvist som værende i strid med den offentlige orden.⁵²⁸

Vigeland-afgørelsen lægger således op til en snæver fortolkning af Vigeland-kriterierne,⁵²⁹ hvorved de kun undtagelsesvist finder anvendelse. Det er således ikke varemærkeregistreringen af alle værker, som giver anledning til overvejelser om, hvorvidt Vigeland-kriterierne finder anvendelse, idet anvendelsen af kriterierne blandt andet forudsætter, at værket har en særlig status, eller at der foreligger særlige omstændigheder.

Schovsbo og Sommer anfører, at Vml § 14, stk. 1, nr. 2 – og dermed Vmf artikel 7, stk. 1, litra f – bør opfattes som en sikkerhedsventil, som kun finder anvendelse i meget særlige tilfælde som i KIR's sag.⁵³⁰ De fremhæver samtidig, at afvejningen af hensynene til beskyttelsen af det offentlige domæne og det ønskelige i at undgå en erosion af hensynene bag ophavsretten, primært bør varetages af reglerne om særpræg.⁵³¹ Særprægsbedømmelsen kan nemlig baseres på en normativ standard forstået således, at det afgørende for, om et tegn anses for at have særpræg, ikke kun er markedseffekten af brugen af værket som varemærke. I stedet lægges der mere vægt på, hvordan gennemsnitsforbrugeren

⁵²⁵ Begrebet »Vigeland-kriterierne« er en samlebetegnelse for de betingelser, der skal være opfyldt, for at et varemærke kan nægtes registrering under henvisning til beskyttelsen af det offentlige domæne, som er gennemgået ovenfor i afsnit 10.2.1 og 10.2.2. Begrebet er taget fra Korsgaard, R., & Dokkedahl, N. (2021). *Kalak, kongehuset og kunstværker – om varemærker i strid med den offentlige orden eller sædelighed*, side 314.

⁵²⁶ Jf. EFTA-Domstolens dom af 6. april 2017 i sag E-5/16 (Vigeland) (flere figurmærker), præmis 88, og Schovsbo, J. H., Porsdam, H., & Riis, T. (2024). *Den immaterielle beskyttelse af den materielle kulturarv*, side 109.

⁵²⁷ Ibid., henholdsvis præmis 92 og side 109.

⁵²⁸ Ibid., henholdsvis præmis 96 og side 109.

⁵²⁹ Jf. Schovsbo, J. H., & Sommer, T. (2023). *EVERGREENING®: Om kumulation af varemærke- og ophavsret*, side 377.

⁵³⁰ Ibid.

⁵³¹ Ibid., side 379.

bør opfatte et tegn, f.eks. ved at opstille supplerede krav for tegn af almen, kulturel betydning, hvilket har støtte i praksis.⁵³² *Korsgaard og Dokkedahl* fremhæver i samme retning, men dog mere generelt, at Vigeland-kriterierne har en begrænset rækkevidde,⁵³³ som derfor vil blive anvendt med en vis tilbageholdenhed.⁵³⁴

Basire indtager en mere kritisk position til afgørelsens rækkevidde. Han påpeger, at reglerne om den offentlige orden og sædelighed traditionelt er blevet brugt til at nægte registrering af blandt andet blasfemiske, racistiske, diskriminerende eller fornærmende varemærker. Efter hans opfattelse udvidede Vigeland-afgørelsen reglernes anvendelsesområde i en retning, der afviger fra deres oprindelige formål. Af den årsag var henvisningen til den offentlige orden og sædelighed overdreven, og det ville ifølge ham have været mere stringent at anvende reglerne om særpræg på trods af, at de »defekter«, der knytter sig til disse regler.⁵³⁵ *Kur* anfører i samme retning, at nægtelse af registrering under henvisning til den offentlige orden eller sædelighed var unødvendig. I hendes optik truede registreringen som sådan ikke nogen grundlæggende (moralske) værdier.⁵³⁶ I modsætning til *Schovsbo og Sommer* og *Basire*, foreslår hun en tilgang, som fokuserer på ond tro i de situationer, hvor varemærkeansøgeren kunstigt forsøger at forlænge beskyttelsen af et værk efter udløbet af ophavsretten.⁵³⁷ *Senfleben* mener imidlertid, at *Kurs* løsning er ineffektiv, da ond tro-vurderingen efter Vmd artikel 4, stk. 2, som er et EU-retligt begreb, fokuserer på varemærkeindehaverens hensigt om at gøre reel brug af værket.⁵³⁸ I KIR's afgørelse ville denne løsning næppe have beskyttet det offentlige domæne, idet Oslo Kommune havde forvaltet rettighederne til Gustav Vigelands kunst siden 1921.⁵³⁹

10.3.2. Vurdering

Schovsbo og Sommers udlægning fremstår som den mest logisk konsekvente løsning til spørgsmålet, fordi den harmonerer med både Vigeland-afgørelsen og varemærkerettens systematik. I Vigeland-afgørelsen præciserede EFTAD, at der ikke foreligger en »trussel mot behovet for å sikre allmennheten tilgang dersom et tegn som består av et kunstverk kan nektes registrering av andre grunner

⁵³² Jf. Schovsbo, J. H., & Sommer, T. (2023). *EVERGREENING®: Om kumulation af varemærke- og ophavsret*, side 362-363 og 368.

⁵³³ Jf. Korsgaard, R., & Dokkedahl, N. (2021). *Kalak, kongehuset og kunstværker – om varemærker i strid med den offentlige orden eller sædelighed*, side 316.

⁵³⁴ *Ibid.*, side 317.

⁵³⁵ Jf. Basire, Y. (2018). *Public domain versus trade mark protection: the Vigeland case*, side 435.

⁵³⁶ Jf. Kur, A. (2017). *Gemeinfreiheit und Markenschutz-Bemerkungen zur Entscheidung des EFTA-Gerichtshofs im "Vigeland"-Fall*, side 1086.

⁵³⁷ *Ibid.*

⁵³⁸ Jf. Senfleben, M. (2022). *No Trademark Protection for Artworks in the Public Domain – A Practical Guide to the Application of Public Order and Morality as Grounds for Refusal*, side 8.

⁵³⁹ Jf. Klagenemnda for industrielle rettigheters afgørelse af 13. november 2017 i de forenede sager 16/00148, 16/00149, 16/00150, 16/00151, 16/00153 og 16/00154 (Vigeland) (flere figurmærker) præmis 9.

omhandlet i varemarkedirektivet.«⁵⁴⁰ Ved at overlade hensynet til beskyttelsen af det offentlige domæne til reglerne om særpræg, tager løsningen udgangspunkt i et af varemærkerettens »primære kriterier«⁵⁴¹ – værket evne til at angive varens eller tjenesteydelsens kommercielle oprindelse (oprindelsesfunktionen) og adskille en virksomheds varer eller tjenesteydelser fra andre virksomheders (adskillelsesfunktionen) – frem for »sekundære kriterier« såsom reglerne om den offentlige orden og sædelighed.⁵⁴² Selv om særpræg kan indarbejdes, imødekommes dette forhold dog i et vist omfang af en normativ særprægsvurdering, hvor der opstilles supplerende krav for tegn af almen, kulturel betydning. Dermed undgås det at »belaste« reglerne om den offentlige orden eller sædelighed med nyfortolkninger, medmindre det er strengt nødvendigt, hvilket Vigeland-afgørelsen også lægger op til.

Fortolkningen af Vml § 14, stk. 1, nr. 2, og Vmf artikel 7, stk. 1, litra f, som en sikkerhedsventil har udtrykkelig støtte i generaladvokat M. Bobeks forslag til afgørelse i sag C-240/18 P, hvor han udtalte, at »[d]en absolutte registreringshindring i [Vmf artikel 7, stk. 1, litra f, nemlig fungerer] som et sikkerhedsnet, der potentielt sætter grænser for opnåelsen af andre mål.«⁵⁴³

Mest taler for at domstolene bør lade reglerne om særpræg være det primære værn, mens reglerne om den offentlige orden og sædelighed anvendes som en sikkerhedsventil. Selv om løsningen ikke er problemfri, da særpræg som nævnt kan indarbejdes, er det imidlertid en løsning, som passer inden for rammerne af varemærkesystemet som det er nu.

10.4. Er tidligere ophavsretsbeskyttelse et krav?

10.4.1. Problemstillingen

Vigeland-afgørelsen efterlader en vis uklarhed, om hvorvidt det er et krav, at kulturarven har været ophavsretligt beskyttet, før Vigeland-kriterierne finder anvendelse.⁵⁴⁴

Som fremhævet af *Korsgaard og Dokkedahl*, vil et bekræftende svar på spørgsmålet diskvalificere de værker, som ikke var skabt i en tid, hvor ophavsretten eksisterede, samt de objekter, genstande m.v., som ikke kan kvalificeres som et værk i ophavsretlig forstand.⁵⁴⁵ Mange værker (af stor kulturel værdi) er skabt i en tid, hvor ophavsretten ikke eksisterede, f.eks. Mona Lisa, som blev skabt i 1503.⁵⁴⁶

⁵⁴⁰ Jf. EFTA-Domstolens dom af 6. april 2017 i sag E-5/16 (Vigeland) (flere figurmærker), præmis 99.

⁵⁴¹ Jf. Schovsbo, J. H., & Sommer, T. (2023). *EVERGREENING®: Om kumulation af varemærke- og ophavsret*, side 361.

⁵⁴² *Ibid.*, side 374.

⁵⁴³ Jf. forslag til afgørelse fra generaladvokat M. Bobek fremsat den 2. juli 2019 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), punkt 68.

⁵⁴⁴ Spørgsmålet er rejst af Korsgaard, R., & Dokkedahl, N. (2021). *Kalak, kongehuset og kunstværker – om varemærker i strid med den offentlige orden eller sædelighed*, side 314-316, som nærværende afsnit i vidt omfang er baseret på.

⁵⁴⁵ Jf. Korsgaard, R., & Dokkedahl, N. (2021). *Kalak, kongehuset og kunstværker – om varemærker i strid med den offentlige orden eller sædelighed*, side 314.

⁵⁴⁶ *Ibid.*, side 314-315.

Korsgaard og Dokkedahl sætter spørgsmålstegn ved, hvorfor det skal være afgørende, om et værk tilfældigvis er skabt i en tid, hvor ophavsretten (ikke) eksisterede.⁵⁴⁷ Det egentlige problem består i, at et værk (af stor kulturel værdi), som befinder sig i det offentlige domæne, tages væk fra almenheden.⁵⁴⁸ Hvorvidt værket oprindeligt tilhørte det offentlige domæne eller senere blev en del af det, fordi ophavsretten udløb, synes at være uden nogen reel betydning.⁵⁴⁹ I den forbindelse fremhæver de, at Vigeland-afgørelsen og KIR's afgørelse fokuserede på, at varemærkerettens hidtidige mekanismer ikke i tilstrækkelig grad fjernede virksomheders og det offentliges incitament til at overføre tidligere ophavsretligt beskyttede værkers appellerende virkning til sine varer eller tjenesteydelser gennem målrettede markedsføringskampagner,^{550 551} hvorved en virksomhed gratis kunne drage fordel af de positive signaler som et (kunst)værk udsendte til gene for både konkurrenter og almenheden.⁵⁵² Dette hensyn synes imidlertid at være lige så relevant for værker, som aldrig har været ophavsretligt beskyttet som f.eks. Mona Lisa.⁵⁵³ Ifølge dem giver det næppe mening at diskvalificere de værker, som aldrig nød ophavsretlig beskyttelse, hvis formålet er at beskytte kulturarven.⁵⁵⁴ *Korsgaard og Dokkedahl* konkluderer, at det er uafklaret, om det er en betingelse, at det ansøgte varemærke skal basere sig på et tidligere ophavsretligt beskyttet værk. De formoder dog, at det som minimum må være en betingelse, at (kunst)værket kunne have været ophavsretligt beskyttet, før Vigeland-kriterierne finder anvendelse.⁵⁵⁵

Schovsbo og Sommer anfører mere bredt, at alle bør have adgang til at benytte kulturelt vigtige tegn i de tilfælde, hvor varemærkebeskyttelsen ikke benyttes til at forlænge eller supplere ophavsretten.⁵⁵⁶ Hensynet til det offentlige domæne skal derfor også varetages for værker, der ikke tidligere har været ophavsretligt beskyttet, og værker, hvor ophavsretten er udløbet.⁵⁵⁷

Korsgaard og Dokkedahls og *Schovsbo og Sommers* standpunkter udvider begge anvendelsesområdet for Vigeland-kriterierne ud over den snævre, formalistiske læsning, hvorefter kun tidligere ophavsretligt beskyttede værker, er omfattet. Der synes derfor at være enighed om, at det ikke er et krav, at det værk, som ønskes registreret som varemærke, har været ophavsretligt beskyttet, før Vigeland-kriterierne finder anvendelse.

⁵⁴⁷ Jf. Korsgaard, R., & Dokkedahl, N. (2021). *Kalak, kongehuset og kunstværker – om varemærker i strid med den offentlige orden eller sædelighed*, side 315.

⁵⁴⁸ Ibid.

⁵⁴⁹ Ibid.

⁵⁵⁰ Jf. EFTA-Domstolens dom af 6. april 2017 i sag E-5/16 (Vigeland) (flere figurmærker), præmis 75.

⁵⁵¹ Jf. Korsgaard, R., & Dokkedahl, N. (2021). *Kalak, kongehuset og kunstværker – om varemærker i strid med den offentlige orden eller sædelighed*, side 315.

⁵⁵² Ibid.

⁵⁵³ Ibid.

⁵⁵⁴ Ibid., side 316.

⁵⁵⁵ Ibid.

⁵⁵⁶ Jf. Schovsbo, J. H., & Sommer, T. (2023). *EVERGREENING®: Om kumulation af varemærke- og ophavsret*, side 377.

⁵⁵⁷ Ibid.

10.4.2. Vurdering

Korsgaard og Dokkedahl formoder – i modsætning til *Schovsbo og Sommer* – at det må være en betingelse, at (kunst)værket kunne have været ophavsretligt beskyttet, før Vigeland-kriterierne finder anvendelse.⁵⁵⁸ Denne formodning kan ikke tiltrædes. Synspunktet udelukker nemlig, at Vigeland-kriterierne finder anvendelse på kulturarv, som er en del af det offentlige domæne, fordi de ikke kvalificerer sig til ophavsretlig beskyttelse. Som *Korsgaard og Dokkedahl* selv påpeger, består problemet i, at et værk af stor kulturel værdi, som befinder sig i det offentlige domæne, tages væk fra almenheden.⁵⁵⁹ Hvis formålet er at beskytte kulturarven, giver det næppe mening at diskvalificere kulturarv, som ikke kvalificerer sig til ophavsretlig beskyttelse, f.eks. Møns Klint, som er optaget på UNESCO's Verdensarvsliste.⁵⁶⁰

Spørgsmålet om ophavsretsbeskyttelse synes at være afklaret inden for designretten med det nye designdirektiv. Dsd artikel 13, stk. 3, og artikel 14, stk. 2, gør det muligt for medlemsstaterne at fastsætte, at registrering af et design skal afslås, eller hvis designet er registreret, at det kan erklæres ugyldigt, »hvis det indeholder fuldstændig eller delvis reproduktion af elementer, der tilhører kulturarv, som er af national interesse.« Bestemmelserne opstiller ikke et krav om, at kulturarven har været eller kunne have været ophavsretligt beskyttet. Hensynet må således være at beskytte almenhedens adgang til kulturarven. Det er vanskeligt at begrunde, hvorfor hensynet bag de designretlige regler ikke skulle have analog relevans inden for varemærkeretten.⁵⁶¹ Udviklingen inden for designretten taler således for, at der ikke bør opstilles et krav om, at kulturarven har eller kunne have været ophavsretligt beskyttet, inden for varemærkeretten.

Det kan heroverfor indvendes, at beskyttelsen af det offentlige domæne bliver for bred, at almenheden ikke har »frikøbt« nogen ophaver for, at kulturarven befinder sig i det offentlige domæne, og at hensynet til det offentlige domæne derfor ikke er (lige så) udtalt, samt at Vigeland-afgørelsen og KIR's afgørelse anvender ophavsretlig terminologi. Hertil må det dog fremhæves, at EFTAD udtalte, at »[d]et faktum at verk er i det fri, er med andre ord ikke en konsekvens av bortfallet av opphavsrettsvern. Vern er snarere unntaket fra regelen om at kreativt innhold faller i det fri så snart det blir kommunisert.«⁵⁶² Hovedreglen er således, at kulturarven hører til det offentlige domæne, og at hensynet til det offentlige domæne gør sig gældende uafhængigt af, om kulturarven har været eller kunne have været ophavsretligt beskyttet. Det forhold, at Vigeland-afgørelsen og KIR's afgørelse anvender ophavsretlig terminologi, må ses i lyset af sagens konkrete omstændigheder, hvor

⁵⁵⁸ Jf. *Korsgaard, R., & Dokkedahl, N. (2021). Kalak, kongehuset og kunstværker – om varemærker i strid med den offentlige orden eller sædelighed*, side 316.

⁵⁵⁹ *Ibid.*, side 315.

⁵⁶⁰ Jf. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (n.d.). *World Heritage List*.

⁵⁶¹ Jf. *Schovsbo, J. H., Porsdam, H., & Riis, T. (2024). Den immaterielle beskyttelse af den materielle kulturarv*, side 117.

⁵⁶² Jf. EFTA-Domstolens dom af 6. april 2017 i sag E-5/16 (Vigeland) (flere figurmærker), præmis 66.

varemærkeansøgningerne netop blev indgivet i forbindelse med ophavsrettens (kommende) udløb. Anvendelsen af ophavsretlig terminologi kan derfor ikke i sig selv forstås som et krav om, at kulturarven har været eller kunne have været ophavsretligt beskyttet. Terminologien afspejler blot den ophavsretlige kontekst, hvori sagen opstod.

Sammenfattende taler mest for, at man bør følge designrettens eksempel og undgå at opstille et krav om, at kulturarven har eller kunne have været ophavsretligt beskyttet, før Vigeland-kriterierne finder anvendelse. Et sådant krav ville undergrave formålet med at beskytte den almene kulturelle arv. Denne grundtanke genfindes også hos *Schovsbo og Sommer*, der med en bredere og mere principiel tilgang fremhæver, at alle bør have adgang til kulturelt vigtige tegn i de tilfælde, hvor varemærkebeskyttelsen ikke benyttes til at forlænge eller supplere ophavsretten.⁵⁶³

10.5. Hvad er kulturarv?

10.5.1. Problemstillingen

EFTAD udtalte, at visse kunstværker kan have en særskilt status som fremtrædende dele af en nations kulturarv, et symbol på uafhængighed eller på en nations fundament og værdier,⁵⁶⁴ og at hensynet til almenhedens adgang til værket i sig selv kan udgøre en grundlæggende samfundsinteresse.⁵⁶⁵ Det er imidlertid uklart, hvad kravene er for, at et element anses som kulturarv, og hvad der kan lægges vægt på i denne vurdering.

Der findes ingen entydig definition af begrebet »kulturarv«,⁵⁶⁶ men det nye designdirektiv og konventionen om beskyttelse af verdens kultur- og naturarv (UNESCO-konventionen)⁵⁶⁷ omtaler dog begrebet.

Dsd præambelbetragtning 26, angiver følgende: »[...] For at undgå uretmæssig registrering og uretmæssig udnyttelse af elementer, der tilhører kulturarv, der er af national interesse, bør medlemsstaterne også frit kunne fastsætte særlige grunde til registreringshindring og ugyldighed. Sådanne kulturarvselementer, der betragtes som omfattet af [UNESCO-konventionen] [...] omfatter f.eks. monumenter eller en gruppe bygninger, artefakter, håndværk eller kostumer.«

Af UNESCO-konventionens artikel 1 fremgår følgende: »I denne konvention betragtes følgende som »kulturarv«:

monumenter: arkitektoniske værker, monumentale værker inden for skulptur og maleri, enkeltheder eller konstruktioner af arkæologisk karakter, inskriptioner, huler og sammensatte forekomster, der er af særlig universel betydning set ud fra et historisk, kunstnerisk eller videnskabeligt synspunkt,

⁵⁶³ Jf. Schovsbo, J. H., & Sommer, T. (2023). *EVERGREENING®: Om kumulation af varemærke- og ophavsret*, side 377.

⁵⁶⁴ Jf. EFTA-Domstolens dom af 6. april 2017 i sag E-5/16 (Vigeland) (flere figurmærker), præmis 92.

⁵⁶⁵ Ibid., præmis 96.

⁵⁶⁶ Jf. Schovsbo, J. H., Porsdam, H., & Riis, T. (2024). *Den immaterielle beskyttelse af den materielle kulturarv*, side 92.

⁵⁶⁷ Konvention af 16. november 1972 om beskyttelse af verdens kultur- og naturarv. UNESCO-konventionen blev ratificeret ved bekendtgørelse nr. 21 af 5. marts 1980 af konvention af 16. november 1972 om beskyttelse af verdens kultur- og naturarv.

grupper af bygninger: grupper af enkeltstående eller sammenhængende bygninger, som ved deres arkitektur, ensartethed eller placering i landskabet er af særlig universel betydning, set ud fra et historisk, kunstnerisk eller videnskabeligt synspunkt,

områder: menneskeskabte værker eller kombinationer af natur- og menneskeskabte værker samt områder, herunder arkæologiske områder, der er af særlig universel betydning, set ud fra historiske, æstetiske, etnologiske eller antropologiske synspunkter.«

I UNESCO's Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention (OGIWHC) uddybes det, at »særlig universel betydning« forstås som »cultural and/or natural significance which is so exceptional as to transcend national boundaries and to be of common importance for present and future generations of all humanity. As such, the permanent protection of this heritage is of the highest importance to the international community as a whole.«⁵⁶⁸

UNESCO har på baggrund af UNESCO-konventionen og kravet om »særlig universel betydning« udarbejdet en Verdensarvsliste, som oplister omkring 1.200 stykker kulturarv.⁵⁶⁹ For Danmark omfatter det blandt andet Jellingestenene, Roskilde Domkirke, Kronborg Slot og Møns Klint.⁵⁷⁰

10.5.2. Vurdering

Det er uklart, hvilke præcise krav der gælder for, at et element kan anses som kulturarv. En umiddelbar læsning af EFTAD's præmisser tilkendegiver dog, at der stilles høje krav til det pågældende element, før det anses som kulturarv. Designdirektivet og UNESCO-konventionen må kunne anvendes som vejledning herfor, da det vanskeligt kan begrundes, hvorfor hensynet til at beskytte kulturarven inden for designretten, ikke har relevans i varemærkeretten.⁵⁷¹

Princippet i Dsd præambelbetragtning 26 fremhæver, at kulturarv skal have en »national interesse«, mens UNESCO-konventionen fremhæver, at kulturarv har en »særlig universel betydning« ud fra historiske, kunstneriske, videnskabelige, æstetiske, etnologiske eller antropologiske synspunkter. Da designdirektivet henviser direkte til UNESCO-konventionen, taler det for, at UNESCO's OGIWHC⁵⁷² også er relevant inden for varemærkeretten.

Det kan derfor være relevant at se på elementets nationale symbolværdi, elementets historiske, kunstneriske, videnskabelige, æstetiske, etnologiske eller antropologiske værdi, den offentlige opfattelse af elementet og institutionel anerkendelse ved vurderingen af, om et element udgør kulturarv. I den forbindelse fremhæver *Schovsbo, Porsdam og Riis* med henvisning til *Shaheed*, at kulturarv er et dynamisk begreb.⁵⁷³ Kulturarven udvikler sig stadigt, der bygges på den, og dens rolle i historien og

⁵⁶⁸ Jf. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2025). *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*, side 24, afsnit 49.

⁵⁶⁹ United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (n.d.). *World Heritage List*.

⁵⁷⁰ Ibid.

⁵⁷¹ Jf. Schovsbo, J. H., Porsdam, H., & Riis, T. (2024). *Den immaterielle beskyttelse af den materielle kulturarv*, side 117.

⁵⁷² Jf. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2025). *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*.

⁵⁷³ Jf. Schovsbo, J. H., Porsdam, H., & Riis, T. (2024). *Den immaterielle beskyttelse af den materielle kulturarv*, side 94.

samfundet fortolkes og genfortolkes hele tiden, ligesom den overføres fra generation til generation.⁵⁷⁴ Vurderingen må derfor tilpasses de kulturelle strømninger, der følger med tiden. UNESCO's Verdensarvsliste, som er udarbejdet på baggrund af UNESCO-konventionen, kan i den forbindelse tjene som en praktisk vejledning, idet de oplistede elementer er institutionelt anerkendt som havende en særlig universel betydning, hvilket i en vis grad »objektiverer« vurderingen af, om der er tale om kulturarv. Det er dog begrænset, hvad der fremgår af listen, og listen inkluderer ikke enkelte værker såsom Mona Lisa, Den Lille Havfrue m.v.

De brede og åbne kriterier giver registreringsmyndigheden et vidt skøn ved vurderingen af, om et element udgør kulturarv. Selv om kravene hertil er høje, er den eneste egentlige balancemekanisme brugen af den relevante kundekreds, der anvendes som et referencepunkt til at fastsætte varemærkets betydning. Dette referencepunkt er dog også forbundet med et bredt skøn, hvilket er retssikkerhedsmæssigt betænkeligt. Det synes derfor at være hensigtsmæssigt, at spørgsmålet reguleres mere udtrykkeligt end designdirektivet gør, f.eks. gennem mere objektive og håndgribelige (eller mindre subjektivt prægede) kriterier. Varemærkedirektivets registreringshindringer og ugyldighedsgrunde er op-listet på udtømmende vis, jf. Vmd præambelbetragtning 14, hvilket må gælde analogt for varemærkeforordningen. Folketinget kan således ikke fastsætte supplerende regulering, hvorfor dette må overlades til EU-lovgiver.

⁵⁷⁴ Jf. Schovsbo, J. H., Porsdam, H., & Riis, T. (2024). *Den immaterielle beskyttelse af den materielle kulturarv*, side 94.

Del IV

Konklusion

11. Konklusion

Formålet med afhandlingen har været at undersøge indholdet af begreberne »lov«, »den offentlige orden« og »sædelighed« i varemærkeretten samt hvordan disse begreber fortolkes og anvendes. Derudover har afhandlingen søgt at afklare, hvorvidt og hvordan det offentlige domæne beskyttes efter varemærkelovens § 14, stk. 1, nr. 2, og varemærkeforordningens artikel 7, stk. 1, litra f, hvilke udfordringer der er forbundet hermed, og hvordan disse udfordringer bør løses i lyset af det nye designdirektiv.

Det konkluderes, at begrebet »lov« efter varemærkelovens § 14, stk. 1, nr. 2, 1. led, forstås som gældende ret. Begrebet finder anvendelse i situationer, hvor varemærkets egenskaber eller dets anvendelse er retsstridig. Hvorvidt et varemærke strider mod lov, beror på en konkret vurdering ud fra den pågældende regel. Anvendelsen forudsætter almindeligvis, at den relevante regel er tilstrækkelig klar til, at retsstridigheden kan konstateres under sagsbehandlingen. Dette er som udgangspunkt ikke tilfældet med generalklausuler eller bestemmelser, der stiller krav til den faktiske brug af varemærket. I vurderingen kan det endvidere være relevant at undersøge, om reglen opstiller et absolut forbud mod varemærkets egenskaber eller anvendelse, eller om disse kan tillades efter en skønsmæssig vurdering.

Begrebet »den offentlige orden« forstås som et normativt sæt af grundlæggende værdier og mål, som defineres af den relevante offentlige myndighed. Værdierne skal kunne efterprøves objektivt ud fra retskilder og/eller politiske retningslinjer, herunder almindelige retsprincipper, internationale traktater og konventioner og lovgivning. Nogle af disse grundlæggende værdier og mål omfatter blandt andet menneskelig værdighed, frihed, lighed og solidaritet, demokrati- og retsstatsprincippet samt respekt for menneskerettighederne. Det omfatter derimod ikke økonomiske interesser eller den simple forebyggelse af forstyrrelser af samfundsordenen.

Begrebet »sædelighed« forstås som samfundets grundlæggende moralske værdier og normer, som bygger på samfundets fremherskende sociale konsensus. Disse subjektive værdier og normer kan ikke findes uden for sociale normer og social kontekst. Værdierne og normerne skal således kunne efterprøves på baggrund af den relevante kundekreds' opfattelse af varemærket. Fastlæggelsen af denne opfattelse er en helhedsvurdering, hvor der skal tages hensyn til varemærkets egenskaber og andre

sagsspecifikke omstændigheder og beviser, som belyser, hvordan den relevante kundekreds opfatter varemærket.

Lov, den offentlige orden og sædelighed er forskellige begreber, som er brede og dynamiske. Selv om begreberne er forskellige overlapper de også. Et varemærke kan derfor stride mod flere af begreberne samtidig. Overlappet mellem lov og den offentlige orden samt sædelighed opstår, da visse regler udtrykker eller konkretiserer visse grundlæggende (moralske) værdier. Overlappet afhænger navnlig af, om varemærkets anvendelse eller egenskaber er retsstridige. I førstnævnte tilfælde vil varemærket alene være omfattet af lov. Vedrører retsstridigheden derimod varemærkets egenskaber, og påvirker denne retsstridighed samtidig en grundlæggende interesse, er varemærket omfattet af både lov og den offentlige orden. Det forholder sig anderledes med sædelighed. Vedrører retsstridigheden varemærkets egenskaber strider varemærket ikke nødvendigvis mod sædelighed, da dette beror på den relevante kundekreds' opfattelse af varemærket.

Det konkluderes, at varemærker, der indeholder eller er relateret til vulgære, uanstændige eller seksuelle elementer, velkendte tragiske begivenheder, historiske skikkelser, nationale symboler eller højt agtede personer, elementer med en religiøs eller hellig tilknytning, elementer, der er foragtelige, nedsettende eller forhånende over for en bestemt gruppe, samt elementer af væsentlige ordensmæssige interesser, som udgangspunkt vil være omfattet af varemærkelovens § 14, stk. 1, nr. 2, og varemærkeforordningens artikel 7, stk. 1, litra f. Praksis er dog ikke stringent. Gennemgangen af praksis viser uoverensstemmelser i EU-varemærkepraksis, særligt i relation varemærker, som indeholder ordelementet »fuck«, og varemærker med elementer, der henviser til seksuelle handlinger, fornærmelser eller kønsorganer. I disse sager tillægges de varer og/eller tjenesteydelser, som varemærket anvendes eller søges registreret for, og varemærkets budskab, betydelig vægt. Derudover adskiller dansk varemærkepraksis sig på visse punkter fra EU-varemærkepraksis. Dansk praksis er mere lempelig over for brugen af vulgære udtryk som »fuck« og i relation til en banal brug af religiøse og hellige symboler. Disse forskelle understreger dog, at vurderingen altid er konkret.

EFTA-Domstolens afgørelse i sag E-5/16 (Vigeland-afgørelsen) markerer et nybrud ved at fastslå, at hensynet til almenhedens adgang til kulturarv kan begrunde et afslag efter reglerne om den offentlige orden og sædelighed. EFTA-Domstolen anerkendte, at visse kunstværker nyder en særlig status som kulturarv, hvorved en varemærkere registrering af kulturarven kan blive opfattet som stødende og dermed stride mod sædelighed. Under særlige omstændigheder, hvor behovet for at beskytte almenhedens adgang til kulturarven i sig selv udgør en grundlæggende interesse, kan varemærket desuden stride mod den offentlige orden.

Det konkluderes, at Vigeland-afgørelsen efterlader uklarhed om grænsen for, hvornår hensynet til beskyttelsen af det offentlige domæne er så udtalt, at et varemærke nægtes registrering under henvisning til den offentlige orden eller sædelighed. Det vurderes, at domstolene alene bør anvende reglerne

om den offentlige orden og sædelighed som en sikkerhedsventil og lade reglerne om særpræg udgøre det primære værn til beskyttelsen af det offentlige domæne, da særprægsvurderingen kan baseres på en normativ standard, hvor der opstilles supplerende krav for kulturarv.

Det konkluderes også, at Vigeland-afgørelsen efterlader uklarhed om, hvorvidt kulturarven skal have været ophavsretligt beskyttet for at kunne nægtes registrering under henvisning til den offentlige orden eller sædelighed. Det vurderes, at man bør følge designrettens eksempel og undgå at opstille et krav om, at kulturarven har eller kunne have været ophavsretligt beskyttet, idet et sådant krav vil underminere formålet med at beskytte almenhedens adgang til kulturarven.

Endelig konkluderes det, at Vigeland-afgørelsen efterlader uklarhed om, hvad der forstås ved kulturarv. Det vurderes, at EU-lovgiver bør regulere spørgsmålet mere udtrykkeligt end designdirektivet gør gennem mere objektive og håndgribelige kriterier, da designdirektivet og UNESCO-konventionens bredt formulerede kriterier efterlader registreringsmyndighederne med et retssikkerhedsmæssigt betænkeligt vidt skøn.

Retsforskrifter m.v.

Danske retsforskrifter m.v.

Bekendtgørelser

Bekendtgørelse nr. 181 af 28. september 1894 angaaende Beskyttelse for fremmede Varemærker og Patenter

Bekendtgørelse nr. 97 af 13. oktober 1970 af Pariserkonventionen af 20. marts 1883 om beskyttelse af industriel ejendomsret som revideret, senest i Stockholm den 14. juli 1967

Bekendtgørelse nr. 21 af 5. marts 1980 af konvention af 16. november 1972 om beskyttelse af verdens kultur- og naturarv

Bekendtgørelse nr. 84 af 12. september 1984 om ændringer i Pariserkonventionen af 20. marts 1883, som revideret den 14. juli 1967, om beskyttelse af industriel ejendomsret

Bekendtgørelse nr. 139 af 2. november 1995 af De Forenede Nationers konvention af 13. januar 1993 om forbud mod udvikling, fremstilling, oplagring og anvendelse af kemiske våben og sådanne våbens tilintetgørelse

Bekendtgørelse nr. 89 af 12. september 1996 af Protokollen af 27. juni 1989 til Madrid-Arrangementet om den internationale registrering af varemærker (»Madrid-Protokollen (1989)«)

Bekendtgørelse nr. 1685 af 18. december 2018 om ansøgning og registrering m.v. af varemærker

Cirkulærer

Cirkulæreskrivelse nr. 9831 af 30. september 2019 om henlæggelse af visse beføjelser til Patent- og Varemærkestyrelsen

Forarbejder

Betænkning nr. 199/1958 vedrørende en ny dansk lov om varemærker

Lovforslag nr. L 109 af 15. marts 1984 om lov om apoteksvirksomhed, Folketingstidende 1983-84 (2. samling)

Lovforslag nr. L 49 af 3. oktober 2018 om ændring af varemærkeloven og forskellige andre love og om ophævelse af fællesmærkeloven, Folketingstidende 2018-19 (1. samling)

Lovbekendtgørelser

Lovbekendtgørelse nr. 657 af 28. juli 1995 af lov om apoteksvirksomhed

Lovbekendtgørelse nr. 90 af 28. januar 2009 af varemærkeloven

Lovbekendtgørelse nr. 839 af 31. august 2009 af lov om markedsføring

Lovbekendtgørelse nr. 88 af 29. januar 2019 af varemærkeloven

Lovbekendtgørelse nr. 138 af 26. januar 2022 af lov om Den Europæiske Menneskerettighedskonvention

Lovbekendtgørelse nr. 1013 af 21. august 2024 af lov om finansiel virksomhed

Love

Lov nr. 285 af 29. april 1992 om Den Europæiske Menneskerettighedskonvention

Lov nr. 1533 af 18. december 2018 om ændring af varemærkeloven og forskellige andre love og om ophævelse af fællesmærkeloven

EU-retsforskrifter m.v.

Direktiver

Direktiv 89/104/EØF af 21. december 1988 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker, EFT L 40 af 11. februar 1989, side 1–7

Direktiv 2008/95/EF af 22. oktober 2008 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker, EUT L 299 af 08. november 2008, side 25–33

Direktiv 2015/2436/EU af 16. december 2015 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker, EUT L 336 af 23. december 2015, side 1–26

Direktiv 2024/2823/EU af 23. oktober 2024 om retlig beskyttelse af design, EUT L 2024/2823 af 18. november 2024

Forordninger

Forordning 40/94/EF af 20. december 1993 om EF-varemærker, EFT L 11 af 14. januar 1994, side 1–36

Forordning 207/2009/EF af 26. februar 2009 om EF-varemærker, EUT L 78 af 24. marts 2009, side 1–42

Forordning 2017/1001/EU af 14. juni 2017 om EU-varemærker, EUT L 154 af 16. juni 2017, side 1–99

Forordning 2018/626/EU af 5. marts 2018 om gennemførelsesbestemmelser til visse bestemmelser i Europa-Parlamentets og Rådets forordning 2017/1001/EU om EU-varemærker og om ophævelse af gennemførelsesforordning 2017/1431/EU, EUT L 104 af 24. april 2018, side 37–56

Internationale aftaler

Rådets afgørelse 2003/793/EF af 27. oktober 2003 om godkendelse af Det Europæiske Fællesskabs tiltrædelse af protokollen til Madrid-arrangementet om den internationale registrering af varemærker, vedtaget i Madrid den 27. juni 1989, EUT L 296 af 14. november 2003, side 20–21

Traktater

Charter af 7. december 2000 om grundlæggende rettigheder, EUT C 202 af 7. juni 2016, side 389–405

Traktaten om Den Europæiske Union, EUT C 202 af 7. juni 2016, side 13–45

Traktaten om Den Europæiske Unions Funktionsmåde, EUT C 202 af 7. juni 2016, side 47–199

Internationale retsfor skrifter

Pariserkonventionen af 20. marts 1883 om Beskyttelse af Industriel Ejendom

Konvention af 4. november 1950 til Beskyttelse af Menneskerettigheder og Grundlæggende Frihedsrettigheder

Konvention af 16. november 1972 om beskyttelse af verdens kultur- og naturarv

Protokollen af 27. juni 1989 til Madrid-Arrangementet om den internationale registrering af varemærker

Konvention af 13. januar 1993 om forbud mod udvikling, fremstilling, oplagring og anvendelse af kemiske våben og sådanne våbens tilintetgørelse

Vejledninger

European Union Intellectual Property Office. (2025). *Trade Mark Guidelines*. Hentet 8. september 2025 fra: <https://guidelines.euipo.europa.eu/2302857/2231846/trade-mark-guidelines/>

European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Varemærker, der strider mod den offentlige orden eller sædeligheden*. Hentet 8. september 2025 fra: https://www.tmdn.org/network/documents/10181/2569797/CP14_Common_Communication_da.pdf/fd7f9987-07b7-49d2-a3b1-56f92db43a2c

Patent- og Varemærkestyrelsen. (n.d.). *Guidelines for varemærker*. Hentet 8. september 2025 fra: <https://vmguidelines.dkpto.dk/a.aspx>

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2025). *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*. Hentet 8. september 2025 fra <https://whc.unesco.org/en/guidelines/>

Afgørelser

Danske afgørelser

Ankenævnet for Patenter og Varemærker

Ankenævnet for Patenter og Varemærkers afgørelse af 20. september 2005 i sag AN 2004 00043 (formmærke)

Patent- og Varemærkestyrelsen

FA 2018 00006 (SOUS VIDE FOOD SAFE) (figurmærke)

MP721521 (CHRIST) (ordmærke)

VA 1991 06858 (VENUS TASTE PUSSY CHEWING GUM) (figurmærke)

VA 1995 05755 (Prinsesse Alexandra) (ordmærke)

VA 1998 01129 (FESTMINISTERIET I/S) (ordmærke)

VA 1998 03292 (ZA'TAN'S MESSIAH) (ordmærke)

VA 1999 00834 (Club Viagra) (figurmærke)

VA 2001 01480 (ØM MOTHERFUCKERS) (ordmærke)

VA 2001 02631 (ANIMALSEX) (ordmærke)

VA 2005 04778 (PARTY LIKE A ROCKSTAR! FUCK LIKE A PORNSTAR!) (ordmærke)

VA 2006 01462 (FUCK ME I'M FAMOUS) (ordmærke)

VA 2006 02377 (Kong Christian X's Gigt hospital) (figurmærke)

VA 2008 02901 (KING OF DENMARK) (ordmærke)

VA 2009 03365 (BIBELSKE BRØD) (ordmærke)

VA 2009 03659 (Notar.dk) (ordmærke)

VA 2010 00387 (Cumming is for Pussies) (ordmærke)

VA 2011 02430 (MINISTRY4GIRLS) (ordmærke)

VA 2012 02913 (Fucking Flink) (ordmærke)

VA 2013 00195 (Eventministeriet) (ordmærke)

VA 2013 03248 (Kalak) (ordmærke)

VA 2014 01462 (WE DON'T GIVE A FUCK FOREVER young DIRTY MUSIC WILD PARTIES SEXY LOVE) (figurmærke)

VA 2014 01632 (FUCKCOLOR) (figurmærke)

VA 2014 02806 (Dronningen) (ordmærke)

VA 2015 00672 (FUCK CANCER) (ordmærke)

VA 2016 02809 (vinministeriet) (ordmærke)

VA 2017 01685 (GRANOLA) (figurmærke)

VA 2017 01977 (kongen af Danmark fisk) (ordmærke)

VA 2019 00465 (Juleministeriet) (ordmærke)

VA 2019 01810 (julemælk) (ordmærke)

VA 2021 00751 (:NOTARIUS PUBLICUS. :Danmark.) (figurmærke)

VA 2021 00859 (Frederik IX Studios) (ordmærke)

VA 2021 02486 (Smart makro Øko Protein penne) (formmærke)

VA 2023 00943 (Elitemilk) (ordmærke)

VA 2024 00188 (NØRREGADE DRONNINGEN AF DANMARK BOLCHER) (ordmærke)

VA 2024 00945 (Findbank.dk) (ordmærke)

Ugeskrift for Retsvæsen

U 2003.537 H (Beton-apoteket) (ordmærke)

U 2013.1856 SH (OPUS DEI og Opus-Dei: Existence After Religion) (figurmærke)

EU-afgørelser

EU-Domstolen

Domme

Domstolens dom af 4. maj 1999 i de forenede sager C-108/97 og C-109/97, Windsurfing Chiemsee Produktions- und Vertriebs GmbH mod Boots- und Segelzubehör Walter Huber og Franz Attenberger, ECLI:EU:C:1999:230

Domstolens dom af 12. februar 2004 i sag C-363/99, Koninklijke KPN Nederland NV mod Benelux-Merkenbureau (Postkantoor) (ordmærke), ECLI:EU:C:2004:86

Domstolens dom af 7. oktober 2004 i sag C-136/02 P, Mag Instrument Inc. mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (Lommelygter) (tredimensionelt varemærke), ECLI:EU:C:2004:592

Domstolens dom af 12. januar 2006 i sag C-173/04 P, Deutsche SiSi-Werke GmbH & Co. Betriebs KG mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (Ståposer) (tredimensionelt varemærke), ECLI:EU:C:2006:20

Domstolens dom af 23. april 2010 i sag C-332/09 P, Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) mod Frosch Touristik GmbH (FLUGBÖRSE) (ordmærke), ECLI:EU:C:2010:225

Domstolens dom af 22. september 2011 i sag C-482/09, Budějovický Budvar, národní podnik mod Anheuser-Busch Inc., ECLI:EU:C:2011:605

Domstolens dom af 27. juni 2013 i sag C-320/12, Malaysia Dairy Industries Pte. Ltd mod Ankenævnet for Patenter og Varemærker, ECLI:EU:C:2013:435

Domstolens dom af 16. september 2015 i sag C-215/14, Société des Produits Nestlé SA mod Cadbury UK Ltd, ECLI:EU:C:2015:604

Domstolens dom af 8. juni 2017 i sag C-689/15, W.F. Gözze Frottierweberei GmbH og Wolfgang Gözze mod Verein Bremer Baumwollbörse, ECLI:EU:C:2017:434

Domstolens dom af 27. februar 2020 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), ECLI:EU:C:2020:118

Forslag til afgørelser

Forslag til afgørelse fra generaladvokat M. Bobek fremsat den 2. juli 2019 i sag C-240/18 P, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), ECLI:EU:C:2019:553

EU-Retten

Rettens dom af 9. april 2003 i sag T-224/01, Durferri GmbH mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (NU-TRIDE) (ordmærke), ECLI:EU:T:2003:107

Rettens dom af 13. september 2005 i sag T-140/02, Sportwetten GmbH Gera mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (INTERTOPS) (figurmærke), ECLI:EU:T:2005:312

Rettens dom af 3. juni 2009 i sag T-189/07, Frosch Touristik GmbH mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (FLUGBÖRSE) (ordmærke), ECLI:EU:T:2009:172

Rettens dom af 5. oktober 2011 i sag T-526/09, PAKI Logistics GmbH mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (PAKI) (ordmærke), ECLI:EU:T:2011:564

Rettens dom af 20. september 2011 i sag T-232/10, Couture Tech Ltd mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (Gengivelse af det sovjetiske våbenskjold) (figurmærke), ECLI:EU:T:2011:498

Rettens dom af 9. marts 2012 i sag T-417/10, Federico Cortés del Valle López mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (¡Que bueno ye! HIJOPUTA) (figurmærke), ECLI:EU:T:2012:120

Rettens dom af 14. november 2013 i sag T-52/13, Etag Trade Mark Company GmbH & Co. KG mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (FICKEN) (ordmærke), ECLI:EU:T:2013:596

Rettens dom af 14. november 2013 i sag T-54/13, Etag Trade Mark Company GmbH & Co. KG mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (FICKEN LIQUORS) (figurmærke), ECLI:EU:T:2013:593

Rettens dom af 26. september 2014 i sag T-266/13, Brainlab AG mod Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (Curve) (ordmærke), ECLI:EU:T:2014:836

Rettens dom af 15. marts 2018 i sag T-1/17, La Mafia Franchises, SL mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (La Mafia SE SIENTA A LA MESA) (figurmærke), ECLI:EU:T:2018:146

Rettens dom af 24. januar 2018 i sag T-69/17, Constantin Film Produktion GmbH mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (Fack Ju Göhte) (ordmærke), ECLI:EU:T:2018:27

Rettens dom af 12. december 2019 i sag T-683/18, Santa Conte mod Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO) (CANNABIS STORE AMSTERDAM) (figurmærke), ECLI:EU:T:2019:855

European Union Intellectual Property Office

EUIPO's afgørelse af 2. juli 2015 i sag 012839486 (MH370) (ordmærke)

EUIPO's afgørelse af 2. juli 2015 i sag 013092937 (MH17) (ordmærke)

EUIPO's afgørelse af 12. september 2022 i sag 018092955 (Varemærke uden tekst) (figurmærke)

EUIPO's afgørelse af 12. september 2022 i sag 018092960 (BOY) (figurmærke)

EUIPO's afgørelse af 22. december 2022 i sag 018672791 (РУССКИЙ ВОЕННЫЙ КОРАБЛЬ, ИДИ НА**Й RUSSIAN WARSHIP, GO F**K YOURSELF) (figurmærke)

European Union Intellectual Property Office Board of Appeal

Anden Appellkammers afgørelse af 29. september 2004 i sag R 176/2004-2 (BIN LADIN) (ordmærke)

Det Store Appellkammers afgørelse af 6. juli 2006 i sag R 495/2005-G (SCREW YOU) (ordmærke)

Anden Appellkammers afgørelse af 18. juli 2006 i sag R 558/2006-2 (Reva – The electriCity car) (figurmærke)

Fjerde Appellkammers afgørelse af 21. januar 2010 i sag R 385/2008-4 (fucking hell) (figurmærke)

Første Appellkammers afgørelse af 12. maj 2011 i sag R 1590/2010-1 (EUROPEAN DRIVESHAFT SERVICES EDS) (figurmærke)

Første Appellkammers afgørelse af 1. september 2011 i sag R 168/2011-1 (fucking freezing! by TÜR-PITZ) (figurmærke)

Første Appellkammers afgørelse af 26. juli 2012 i sag R 1494/2011-1 (GAMMAS) (ordmærke)

Femte Appelkammers afgørelse af 21. september 2012 i sag R 2124/2011-5 (DEVICE OF LIGHTNING BOLT) (figurmærke)

Anden Appelkammers afgørelse af 17. september 2012 i sag R 2613/2011-2 (ATATURK) (ordmærke)

Anden Appelkammers afgørelse af 1. juni 2012 i sag R 254/2012-2 (CURVE 100) (ordmærke)

Første Appelkammers afgørelse af 10. september 2015 i sag R 510/2013-1 (REPRESENTATION D'UNE CROIX) (figurmærke)

Anden Appelkammers afgørelse af 4. juni 2014 i sag R 203/2014-2 (AIRCURVE) (ordmærke)

Anden Appelkammers afgørelse af 23. februar 2015 i sag R 793/2014-2 (FUCK CANCER) (ordmærke)

Femte Appelkammers afgørelse af 6. februar 2015 i sag R 2804/2014-5 (MECHANICAL APARTHEID) (ordmærke)

Fjerde Appelkammers afgørelse af 28. maj 2015 i sag R 2889/2014-4 (DIE WANDERHURE) (ordmærke)

Fjerde Appelkammers afgørelse af 2. september 2015 i sag R 519/2015-4 (JEWISH MONKEYS) (ordmærke)

Første Appelkammers afgørelse af 20. januar 2016 i sag R 562/2015-1 (Metallic Curve) (ordmærke)

Første Appelkammers afgørelse af 1. december 2015 i sag R 601/2015-1 (HORA) (ordmærke)

Fjerde Appelkammers afgørelse af 14. december 2015 i sag R 1627/2015-4 (PICA) (ordmærke)

Første Appelkammers afgørelse af 23. juli 2019 i sag R 911/2016-1 (DANISH BY DANISH CROWN) (figurmærke)

Anden Appelkammers afgørelse af 28. juni 2017 i sag R 2244/2016-2 (Brexit) (ordmærke)

Fjerde Appelkammers afgørelse af 20. november 2017 i sag R 601/2017-4 (Fuck Winter) (figurmærke)

Femte Appelkammers afgørelse af 8. april 2019 i sag R 1566/2018-5 (novichok) (ordmærke)

Anden Appelkammers afgørelse af 17. december 2019 i sag R 601/2019-2 (CURVES MAGAZIN EST. 2011 soulful driving) (figurmærke)

Fjerde Appelkammers afgørelse af 7. juli 2020 i sag R 2388/2019-4 (SULA) (figurmærke)

Første Appelkammers afgørelse af 27. juli 2020 i sag R 2878/2019-1 (Unfucked) (ordmærke)

Femte Appelkammers afgørelse af 25. maj 2020 i sag R 2994/2019-4 (Procurve) (ordmærke)

Anden Appelkammers afgørelse af 14. december 2020 i sag R 846/2020-2 (KAFFE CURVE) (ordmærke)

Det Store Appelkammers afgørelse af 25. november 2024 i sag R 2307/2020-G (MARICON PERDIDO) (ordmærke)

Det Store Appelkammers afgørelse af 16. maj 2024 i sag R 260/2021-G (COVIDIOT) (figurmærke)

Fjerde Appelkammers afgørelse af 29. juni 2021 i sag R 587/2021-4 (corona) (ordmærke)

Femte Appelkammers afgørelse af 3. februar 2022 i sag R 1131/2021-5 (FUCKING AWESOME) (ordmærke)

Fjerde Appelkammers afgørelse af 25. oktober 2022 i sag R 226/2022-4 (NELEMAN JUST FUCKING GOOD WINE) (figurmærke)

Femte Appelkammers afgørelse af 17. juni 2022 i sag R 748/2022-5 (SAINT CONSTANTIN BRÂNCOVEANU) (ordmærke)

Første Appelkammers afgørelse af 27. september 2023 i sag R 627/2023-1 (CURVE THERAPEUTICS) (figurmærke)

Anden Appelkammers afgørelse af 12. oktober 2023 i sag R 1650/2023-2 (FICKEN) (ordmærke)

Femte Appelkammers afgørelse af 7. februar 2025 i sag R 1009/2024-5 (MAGIC PUSSY) (ordmærke)

Femte Appelkammers afgørelse af 3. februar 2025 i sag R 2189/2024-5 (REPRESENTACIÓN DE UNA FIGURA) (figurmærke)

Øvrige afgørelser

Den Europæiske Menneskerettighedsdomstol

Den Europæiske Menneskerettighedsdomstols dom af 25. august 2015 i sag 55153/12, Dor v. Romania, ECLI:CE:ECHR:2015:0825DEC005515312

Den Europæiske Menneskerettighedsdomstols dom af 22. marts 2016 i sag 70434/12, Sousa Goucha v. Portugal, ECLI:CE:ECHR:2016:0322JUD007043412

EFTA-Domstolen

EFTA-Domstolens dom af 6. april 2017 i sag E-5/16 (Vigeland) (flere figurmærker)

Klagenemnda for industrielle rettigheter

Klagenemnda for industrielle rettigheters afgørelse af 13. november 2017 i de forenede sager 16/00148, 16/00149, 16/00150, 16/00151, 16/00153 og 16/00154 (Vigeland) (flere figurmærker)

Litteratur

Artikler

Basire, Y. (2018). *Public domain versus trade mark protection: the Vigeland case*. Journal of Intellectual Property Law & Practice, 13(6), side 434-435. <https://doi.org/10.1093/jiplp/jpy038>

Basire, Y., & Senftleben, M. (2023). *Public Policy and Morality in Trademark – Examination in the European Union*. The Trademark Reporter, 113(3), side 590–629. https://www.inta.org/wp-content/uploads/public-files/resources/the-trademark-reporter/TMR-Vol-113-No-03-May-June-2023_Basire-Martin.pdf

Davis, J., & Żelechowski, Ł. (2023). *Bad Faith, Public Policy and Morality: How Open Concepts Shape Trade Mark Protection*. IIC - International Review of Intellectual Property and Competition Law, 54(6), side 859-890. <http://doi.org/10.1007/s40319-023-01350-7>

Donk, B. B. E. van der. (2022). *Cannabis, corona and the latest morality developments in European trade mark law*. Journal of Intellectual Property Law & Practice, 17(3), side 303-307. <https://doi.org/10.1093/jiplp/jpac012>

Fernandez De La Mora Hernandez, A. (2020). *Inconsistencies in European Trade Mark Law: The Public Policy and Morality Exclusions*. Intellectual Property Quarterly (IPQ), 4, side 271-298

Geiger, C., & Machado Pontes, L. (2017). *Trade Mark Registration, Public Policy, Morality and Fundamental Rights*. SSRN Electronic Journal, side 96-113. <http://doi.org/10.2139/ssrn.3009170>

Korsgaard, R., & Dokkedahl, N. (2021). *Kalak, kongehuset og kunstværker – om varemærker i strid med den offentlige orden eller sædelighed*. Nordiskt Immateriellt Rättsskydd, 3, side 296-318

Kur, A. (2017). *Gemeinfreiheit und Markenschutz-Bemerkungen zur Entscheidung des EFTA-Gerichtshofs im "Vigeland"-Fall*. GRUR, 119(11), side 1082-1090. https://pure.mpg.de/pubman/faces/ViewItemOverviewPage.jsp?itemId=item_2519759

Schovsbo, J. H., & Riis, T. (2018). *Public Policy Limitations of Trade Mark Subject Matter – An EU Perspective*. SSRN Electronic Journal, side 241-255. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3188013>

Schovsbo, J. H., & Sommer, T. (2023). *EVERGREENING®: Om kumulation af varemærke- og op-havsret*. Nordiskt Immateriellt Rättsskydd, 3, side 352-380

Schovsbo, J. H., Porsdam, H., & Riis, T. (2024). *Den immaterielle beskyttelse af den materielle kultur*, Nordiskt Immateriellt Rättsskydd, 2, side 89-117

Senftleben, M. (2022). *No Trademark Protection for Artworks in the Public Domain – A Practical Guide to the Application of Public Order and Morality as Grounds for Refusal*. GRUR International, 71(1), side 3-17. <https://doi.org/10.1093/grurint/ikab107>

Bøger

Bjørn Larsen, T., & Helge Straton-Andersen, K. (2019). *Markedsretten*, 1. udgave, Karnov Group

Blume, P. (2020). *Retssystemet og juridisk metode*, 4. udgave, Jurist- og Økonomforbundets Forlag

Bomhard, V. von, & Mühlendahl, A. von. (2018). *Concise European Trade Mark Law*, 1. udgave, Kluwer Law International

Bøggild, F., & Staunstrup, K. (2015). *EU-varemærkeret*, 1. udgave, Karnov Group

Christensen, M. J., m.fl. (2021). *De juridiske metoder – ti bud*, 1. udgave, Hans Reitzels Forlag

Evald, J. (2024). *Juridisk teori, metode og videnskab*, 3. udgave, Djøf Forlag

Hasselblatt, G. N. (2015). *Community Trade Mark Regulation: A Commentary*, 1. udgave, Back/Hart/Nomos

Jehoram, T. C., Nispen, C. J. J. C. van, & Huydecoper, T. J. L. R. A. (2010). *European Trademark Law: Community Trademark Law and Harmonized National Trademark Law*. 1. udgave, Kluwer Law International

Kur, A., & Senftleben, M. (2017). *European Trade Mark Law*, 1. udgave, Oxford University Press

Lunde, T., Viken, M., & Berg Ørstavik, I. (2025). *Varemerkeloven – lov 26. mars 2010 nr. 8 om beskyttelse av varemerker: lovkommentar*, 1. udgave, Universitetsforlaget

Madsen, P. B. (2023). *Immaterialret – Markedsret Del 3*, 8. udgave, Djøf Forlag

Ryberg, B. von, Kragelund, C., & Lavesen, M. (2019). *Enerettighederne – Dansk Immaterialret I*, 1. udgave, Gjellerup/Gads Forlag

Schovsbo, J., Rosenmeier, M., & Salung Petersen, C. (2024). *Immaterialret*, 7. udgave, Djøf Forlag

Wallberg, K., & Francke Ravn, M. (2021). *Varemærkeloven med kommentarer*, 1. udgave, Jurist- og Økonomforbundets Forlag

Disputatser og afhandlinger

Harboe, C. T. (2024). *Varemærkerettens afgørende offentlige hensyn*. Københavns Universitet

Vibild Schønau, A. L. (2024). *Parodiprincippet i dansk ophavsret*, Københavns Universitet

Wennersten, U. (2014). *Immaterialrätt och skydd av samhällsideal: en studie av klassikerskyddet i upphovsrätten och undantagen i varumärkesrätten, mönsterrätten och patenträtten för allmän ordning och goda seder*, Lund University

Øvrige kilder

Det Danske Sprog- og Litteraturselskab i Den Danske Ordbog. (2011). *Eller*, betydning 1 og 2. Hentet 8. september 2025 fra: <https://ordnet.dk/ddo/ordbog?query=eller>

European Intellectual Property Network. (2024). *CP14. Bilag – potentielt relevante juridiske kilder i spørgsmålet om ytringsfrihed*. Hentet 8. september 2025 fra: https://www.tmdn.org/network/documents/10181/2572245/CP14_appendix_da.pdf/e4261d1c-8a14-408a-b0cf-471e64628e80

European Union Intellectual Property Office. (2025). *Statistics for European Union Trade Marks*, august 2025. Hentet 8. september 2025 fra: https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/about_euipo/the_office/statistics-of-european-union-trade-marks_en.pdf

European Union Intellectual Property Office Boards of Appeal. (2021). *Case-law Research Report – Trade marks contrary to public policy or accepted principles of morality*. Hentet 8. september 2025 fra: https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/content-Pdfs/about_euipo/boards_of_appeal/research_reports/Public_policy_and_morality_final_EN.pdf

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (n.d.). *World Heritage List*. Hentet 8. september 2025 fra: <https://whc.unesco.org/en/list/>