

## RESUMÉ:

### **AN 2005 00046 – VR 1986 00219 – MOBIL <w> - Administrativ ophævelse – Brugspligt.**

Varemærket MOBIL <w> blev begæret ophævet under henvisning til, at mærket ikke havde været i reel brug inden for de sidste fem år. Styrelsen tog begæringen til følge og ophævede registreringen af VR 1986 00219 MOBIL i sin helhed. Denne afgørelse blev anket til Ankenævnet for Patenter og Varemærker som stadfæstede afgørelsen med styrelsens begrundelse.

## KENDELSE:

År 2006, den 21. august afsagde Ankenævnet for Patenter og Varemærker (Hans Chr. Thomsen, Michael Dorn og Steffen Gulmann) følgende kendelse i sagen **AN 2005 00046**

### **Klage fra**

EXXONMOBIL OIL CORPORATION  
USA  
v/ Plesner Svane Grønborg

### **over**

Patent- og Varemærkestyrelsens afgørelse af 16. august 2005 i VR 1986 00219 MOBIL <w> efter begæring om administrativ ophævelse fra  
TDC A/S  
v/ Zacco Denmark A/S

Ankenævnet har behandlet sagen på et møde den 16. august 2006.

For klageren mødte advokat Peter Olson.

For indklagede mødte advokat Christian L. Bardenfleth.

Hver part fremlagde påstandsdokument og procederede sagen i det væsentlige i overensstemmelse hermed.

**Ankenævnet udtaler:**

Af de af Patent- og Varemærkestyrelsen anførte grunde, og da det overfor Ankenævnet anførte, ikke findes at kunne føre til noget andet resultat

**bestemmes:**

Den påklagede afgørelse stadfæstes.

**Sagens baggrund:**

Den 19. februar 1981 indleverede Chas. Hude A/S på vegne af Mobil Oil Corporation, USA, en ansøgning om registrering af varemærket MOBIL <w> for:

Klasse 16: tynde plasticfolier til emballagebrug, poselukkere af papir og plastic forstærket med ståltråd, plasticposer til brug som emballage.

Klasse 17: tynde plasticfolier (ikke til emballagebrug), plasticmateriale i form af folier til videre forarbejdning.

Varemærket blev registreret den 17. januar 1986 og efterfølgende offentliggjort i Dansk Varemærketidende.

I brev af 29. oktober 2001 begærede Zacco Denmark A/S på vegne af TDC A/S den ovenfor nævnte registrering ophævet.

Begæringen blev fremsat med henvisning til varemærkelovens § 30, jf. § 28, stk. 2, nr. 1, i lovbekendtgørelse nr. 782 af 30. august 2001.

Begæringen blev fremsat under henvisning til, at det angrebne ordmærke MOBIL, registreret under VR 1986 00219 for varer i klasserne 16 og 17, ikke var anvendt i overensstemmelse med varemærkelovens § 25.

Indehaver imødegik begæringen i breve af 14. maj 2002, 12. og 24. maj 2004, 13. og 20. september 2004, samt 21. april 2005, i hvilken forbindelse indehaver indsendte diverse materiale.

Styrelsen traf den 16. august 2005 afgørelse i sagen og tog med følgende begrundelse begæringen til følge og ophævede registreringen af VR 1986 MOBIL <w> i sin helhed:

"... Ifølge varemærkelovens § 28, stk. 2, nr. 1, kan et registreret mærke ophæves hvis

*"varemærket ikke er brugt i overensstemmelse med § 25"*

Endvidere fremgår af varemærkelovens § 25, stk. 1, at

*"Har indehaveren af et registreret varemærke ikke inden 5 år fra registreringsprocedurens afslutning gjort reel brug af varemærket her i landet for de varer eller tjenesteydelser, for hvilke det er registreret, eller har brugen været ophørt uden afbrydelser i 5 år, kan registreringen ophæves, jf. § 28, medmindre der foreligger rimelig grund til, at brug ikke har fundet sted."*

### 3. Vurdering og konklusion

Det angrebne mærke: MOBIL

Registreret for:

"Tynde plasticfolier til emballagebrug, poselukkere af papir og plastic forstærket med ståltråd, plasticposer til brug som emballage" i klasse 16

"Tynde plasticfolier (ikke til emballagebrug), plasticmateriale i form af folier til videre forarbejdning" i klasse 17

Indehavers mærke VR 1986 00219 er registreret før indførelsen af brugspligtsreglen med lov nr. 341 af 6. juni 1991. Denne lov trådte i kraft den 1. januar 1992, således at indehavers registrering fra denne dato var underlagt reglen om brugspligt og kunne begæres ophævet med henvisning hertil fra den 1. januar 1997, jf. den dagældende varemærkelovs § 61, stk. 3.

Begæringen om ophævelse er fremsat den 29. oktober 2001, og dermed efter brugspligten indtrådte for indehavers mærke.

Indehaver har til dokumentation for brug af mærket MOBIL bl.a. indsendt en række fakturaer fra årene 1995 til 2001, diverse reklamemateriale, artikler og produktblade.

På intet af det indsendte materiale er mærket MOBIL anvendt alene og som varemærke i relation til de omhandlede varer. Derimod har indehaver anvendt varemærkerne BICOR, OPPALYTE, METALLYTE, LABEL-LYTE og HICOR som varemærke for de omhandlede varer.

Indehaver har i den forbindelse henvist til, at indehaver har anvendt mærket MOBIL som et såkaldt "house-mark". Således henviser indehaver til, at navnet MOBIL PLASTICS EUROPE fremgår af de indsendte produktblade og fakturaer, og at ordet

MOBIL i den forbindelse er skrevet på en sådan måde, at det fremtræder som et varemærke i sig selv.

Styrelsen er ikke enig heri. På samtlige de indsendte fakturaer er angivet firmanavnet Mobil Plastics Europe, Inc., hvilket firmanavn er placeret i fakturaernes hoved i forbindelse med fakturaafsenderens postadresse. Det er oplyst af indehaver, at Mobil Plastics Europe er det tidligere navn på producenten og udbyderen af de varer, der bliver udbudt af indehaver under varemærkerne BICOR, OPPALYTE, METALLYTE, LABEL-LYTE og HICOR. Styrelsen finder derfor, at der ikke er tale om en varemærkemæssig brug af hverken navnet Mobil Plastics Europe, Inc, endsige af ordet MOBIL i sig selv, på de indsendte faktura, men at der i stedet blot er tale om en angivelse af fakturaafsenderens navn og adresse.

Hertil kommer, at uanset om navnet Mobil Plastics Europe måtte anses for at fremstå som et "house-mark", så kan en sådan brug ikke dokumentere brug af mærket MOBIL i sig selv. Styrelsen er i den forbindelse tillige uenig med indehaver i, at den konkrete udformning af ordet MOBIL i navnet Mobil Plastics Europe, som denne fremstår på de indsendte fakturaer og produktblade, adskiller sig i en sådan grad fra ordene Plastics og Europe, at der kan ses bort fra disse elementer. Ordene "Mobil", "Plastics" og "Europe" er skrevet med samme type bogstaver i den samme størrelse og farve, bortset dog fra o'et i ordet "Mobil", der er skrevet med rødt. Denne mindre forskel finder styrelsen ikke medfører en tilstrækkelig adskillelse af ordene "Mobil" og "Plastics Europe" til, at der kan ses bort fra disse elementer.

Endvidere finder styrelsen, at der er for stor forskel mellem mærket MOBIL og "Mobil Plastics Europe" til at brugen af dette firmanavn, uanset det tillige måtte opfattes som et varemærke, kan tjene til at dokumentere brug af varemærket MOBIL.

Indehaver har endvidere henvist til, at der på de indsendte produktblade i bilag 1 på forsiden er anført henholdsvis "Mobil films bring confectionary to life" og "Mobil films bring biscuits to life". Endvidere, at indehaver i en produktoversigt og et "nyhedsbrev" anvender formuleringen "MOBIL – Number One Partner In Packaging", og at en artikel i indehavers nyhedsbrev har overskriften "Mobil and the Tobacco Industry." Indehaver finder, at denne brug understreger, at indehaver har anvendt MOBIL som kaldenavn og "house-mark".

Styrelsen finder imidlertid, at den konkrete anvendelse af ordet Mobil i det nævnte materiale ikke kan dokumentere, at MOBIL er anvendt som "house-mark" for de omhandlede mærker. Det ses således i brødteksten i de indsendte produktblade og nyhedsbreve, at ordet Mobil i vid udstrækning anvendes i genitivform, eksempelvis i formen "Mobil's success" og "Mobil's filmrange". Styrelsen finder derfor at den konkrete brug af ordet Mobil snarere tjener som en reference til producentnavnet Mobil Plastics Europe end som et "house-mark" for de omhandlede produkter. Dette understreges yderligere af, at indehaver i artiklen "Mobil and the Tobacco Industry" anvender betegnelserne "Mobil Plastics Europe", "MPE" og "Mobil" i flæng som en klar reference til indehavers virksomhed, og ikke som et varemærke. Som eksempler kan nævnes formuleringerne "Mobil Plastics Europe, Europe's largest OPP-producer...", "...from competent film suppliers such as MPE" og "With this technical service for new partners, Mobil offers its recognized experience...".

Styrelsen finder derfor, at heller ikke dette materiale kan dokumentere, at indehaver har brugt MOBIL som varemærke i forhold til de omhandlede varer i klasse 16 og 17.

Endeligt har indehaver henvist til, at de på de indsendte fakturaer anførte identifikationsnumre udgør varemærkemæssig brug af mærket MOBIL. Indehaver anfører bl.a., at de anvendte numre, såsom 20MB400 og 40MW648, indeholder bogstavet M, og at dette M korresponderer med mærket MOBIL. Styrelsen finder imidlertid, at de nævnte numre adskiller sig betydeligt fra mærket MOBIL, og at brugen af et forbogstav i sådanne numre ikke kan anses for brug af mærket i sin helhed.

Styrelsen finder det på denne baggrund ikke dokumenteret, at indehaver har anvendt mærket i overensstemmelse med varemærkelovens § 25, og registreringen VR 1986 00219 MOBIL ophæves derfor i sin helhed.

Afgørelsen er truffet i medfør af varemærkelovens § 30, jf. § 28, stk. 2, nr. 1....”

Denne afgørelse har Plesner Svane Grønberg 14. oktober 2005 indbragt for Ankenævnet for Patenter og Varemærker med følgende begrundelse:

”... **PÅSTAND:**

Patent- og Varemærkestyrelsens afgørelse omgøres, således at TDC A/S' begæring om ophævelse af VR 1986 00219 MOBIL afslås og registreringen af VR 1986 00219 MOBIL opretholdes....”

Klager har efterfølgende uddybet klagen i brev af 17. oktober 2005 med følgende:

”... Patent- og Varemærkestyrelsens ophævelse af klagers registrering VR 1986 00219 MOBIL ved den indklagede afgørelse, er baseret på reglerne om brugspligt i varemærkelovens § 28, stk. 2, nr. 1 jf. § 25.

Klagers registrering VR 1986 00219 MOBIL omfatter plasticfolier og visse øvrige plasticmaterialer eller plasticrelaterede varer i klasse 16 og 17, således "Tynde plasticfolier til emballagebrug, poselukkere af papir og plastic forstærket med ståltråd, plasticposer til brug som emballage" i klasse 16 og "Tynde plasticfolier (ikke til emballagebrug), plasticmateriale i form af folier til videre forarbejdning" i klasse 17.

Ophævelsesbegæringen blev fremsat af indklagede den 29. oktober 2001, og den for brugspligten relevante periode er således den forudgående 5-årsperiode fra 29. oktober 1996 til 29. oktober 2001.

Som dokumentation for klagers brug af varemærket MOBIL i Danmark i den nævnte periode for de af registreringen omfattede varer, har klager indleveret følgende materiale til Patent- og Varemærkestyrelsen:

Bilag 1: Uddrag af produktblade (MOBIL plasticfilm)

Bilag 2: Klagers nyhedsbreve fra december 1996, 1997 og oktober 1998 vedrørende MOBIL plasticfilm

Bilag 3: Fakturaer fra perioden 1995-2001 for MOBIL plasticfilm

Bilag 4: Produktblade for 5 MOBIL plasticfilm produktlinier

Bilag 5: Udskrifter fra mærkeindehaverens hjemmeside vedrørende eksponering af MOBIL i motorsport

Derudover indgår blandt det indleverede materiale, også eksempler på brug af MOBIL som house-mark på andre produkter, jf. bilag 6, 12 og 13, samt som bilag 10 og 11 materiale vedrørende opfyldelse af brugspligten ved brug af house-marks.

Endelig fremgår det af klagers indlæg af 20. september 2004, s. 3, at klager som dokumentation for klagers brug af MOBIL har henvist til det materiale, som er indleveret i de mellem parterne verserende indsigelsessager vedrørende mærkerne VR 2000 03471 MOBIL TIPS, VR 2000 002248 MOBIL15 og VR 2000 02249 MOBIL45. Relevante dele af det nævnte dokumentationsmateriale fra perioden 1998-2001 vedlægges som bilag 15-18:

Bilag 15: Kopi af produktbeskrivelser og produkt label (indsigelsessagernes bilag 2)

Bilag 16: Brochure fra 1998 (indsigelsessagernes bilag 15)

Bilag 17: Smøremiddeloversigt fra år 2000 (fra indsigelsessagernes bilag 37)

Bilag 18: Brochurer, medie-annonceringer og øvrig reklamemateriale fra perioden 1999-2001 (fra indsigelsessagernes bilag 32)

Som eksempler på brug af MOBIL som house-mark i den efterfølgende periode 2002-2004 vedlægges som bilag 19-29:

Bilag 19: Brochure fra 2002 (indsigelsessagernes bilag 21)

Bilag 20: Brochure fra 2002 (indsigelsessagernes bilag 22)

Bilag 21: Brochure fra 2002 (fra indsigelsessagernes bilag 37)

Bilag 22: Annoncering i Jyllands-Ringens program 2002-2003 (indsigelsessagernes bilag 10)

Bilag 23: Mobil 1 "launch box" fra 2003 (indsigelsessagernes bilag 30)

Bilag 24: Diverse brochurer og markedsføringsmateriale fra 2003 (indsigelsessagernes bilag 14)

Bilag 25: Brochure vedrørende "Mobil smørefedter" 2003 (fra indsigelsessagens bilag 38)

Bilag 26: Reklamekonkurrence 2004 (indsigelsessagernes bilag 26)

Bilag 27: Salgsværktøjer - diverse smøremidler 2004 (fra indsigelsessagernes bilag 37)

Bilag 28: Markedsføringsmateriale, herunder plakater, produktbeskrivelser og brochurer (fra indsigelsessagernes bilag 39)

Bilag 29: Produkt labels (MOBILUBE, MOBIL SUPER, MOBILTHERM) (fra indsigelsessagernes bilag 36)

--0--

Styrelsens afgørelse er baseret på en gennemgang af hvert af de indleverede bilag 1-5, hvorimod bilag 6, 12 og 13 samt materialet fra indsigelsessagerne, bilag 15-29, ikke ses inddraget. Det gøres gældende, at Styrelsens tilgang til bilagsmaterialet er for teoretisk og formalistisk, og at der ikke er foretaget en helhedsvurdering af, hvorvidt dokumentationsmaterialet samlet set underbygger de oplysninger om de faktiske forhold på markedet, som klager er fremkommet med. Styrelsens gennemgang af

bilagsmaterialet efterlader herved ikke et korrekt billede - hverken af dokumentationen eller af den faktiske brug af varemærket MOBIL på markedet.

Det bemærkes i den forbindelse på det generelle plan, at det efter omstændighederne kan være ganske vanskeligt at dokumentere selv en utvivlsom reel brug af et bestemt varemærke for bestemte produkter i en forudgående periode med de midler, der står til rådighed i en ophævelsessag hos Patent- og Varemærkestyrelsen. Det vil sige skriftligt materiale uden mulighed for supplerende parts- og vidneforklaringer, som man kender det fra bevisførelsen i retssager.

Det gælder herved helt generelt, at der sjældent findes ét "perfekt" dokumentbevis, der på samme tid viser:

- det brugte mærke,
- alle de varer brugen af det pågældende mærke vedrører,
- hele den periode brugen vedrører,
- det relevante territorium.

Typisk må dokumentationen for reel brug derfor stykkes sammen af en række forskellige bevismidler, der indbyrdes har en sådan sammenhæng, at de tilsammen kan vise, at samtlige betingelser de facto var opfyldt i markedet.

For at sikre, at bevisvurderingen netop bliver egnet til at give indtryk af, hvordan den virkelige mærke-brug på markedet var i den relevante periode, bør De forskellige dokumenter altid vurderes som et hele, med vægt på de indbyrdes sammenhænge.

I nærværende sag gælder det endvidere konkret, at sagen bl.a. som følge af langvarige indledende forligsforhandlinger mellem sagens parter har været ganske længe undervejs, og at selv slutdatoen for den femårige brugspligts-periode (29. oktober 2001) ligger en del år tilbage. Sporene af en endog yderst "reel brug" vil let kunne udviskes i dokumentationsmæssig henseende, som årene går.

Endvidere gælder det konkret, at klager er bosiddende i USA, og kun selv har stået for den internationale markedsføring - som dog også klart har omfattet Danmark, jf. bilag 1-5 - men ikke for den specifikt danske markedsføring og salg af produkterne, som blev foretaget af den ikke-koncernforbundne danske forhandler Oscar E. Svensson & Co. A/S. Da det danske markedsførings-materiale for længst er gået til grunde hos Oscar E. Svensson & Co. A/S, har det "perfekte" eller "foretrukne" dokumentationsmateriale fra perioden ikke kunnet tilvejebringes. Der henvises i den forbindelse til følgebrev fra Oscar E. Svensson & Co. A/S, der fremlægges som bilag 30. Dette betyder imidlertid ikke, at mærket MOBIL ikke reelt har været brugt, som oplyst af klager, og klager har derfor forsøgt at fremskaffe alternativ skriftlig dokumentation for brugen.

Endelig gælder det konkret, at klagers plasticfilm og -folie produkter ikke henvender sig til private forbrugere, som tilfældet er det med visse af klagers olie- og smøremiddelprodukter, men derimod til en kreds af professionelle danske virksomheder, der bruger plasticfilm og -folie produkterne til videre forarbejdning, herunder til emballagebrug. Til støtte herfor henvises til varefortegnelsen for VR 1986 00219 og til bilag 2-4. Der må som følge heraf stilles mindre krav til den indleverede dokumentation i

"kvantitativ" henseende, idet det afgørende er, om mærket MOBIL har været brugt på reel og relevant vis i forhold til en begrænset kreds af professionelle virksomhedskunder.

Det gøres gældende, at styrelsens vurdering af det indsendte dokumentationsmateriale ikke tager behørigt hensyn til ovennævnte generelle og konkrete forhold. Det er ikke Styrelsens opgave at vurdere, hvorvidt den indsendte dokumentation udgør mere eller mindre "perfekt" eller "foretrukken" dokumentation for brug, men udelukkende at vurdere, hvorvidt man på grundlag af en samlet vurdering af dokumentationen med vægt på de indbyrdes sammenhænge, er i stand til at fastslå, at brugen på det virkelige marked rent faktisk tog sig ud, som oplyst af mærkeindehaveren, og om denne brug juridisk set opfylder minimumsbetingelserne i varemærkelovens § 25 eller ej.

Hvis det efter en samlet vurdering af den indleverede dokumentation må fastslås, at der reelt har eksisteret bestemte plasticfilm produkter omfattet af varefortegnelsen, som har været til stede på markedet i Danmark i den relevante periode, og for hvilke varemærket MOBIL har været anvendt, som "house-mark" eller anden form for varemærke, så foreligger der "reel brug" i varemærkelovens § 25's forstand, og klager bør gives medhold i sin påstand, uanset om man måtte mene, at dokumentationsmaterialet er "tyndt", eller at der kunne have været bedre måder at dokumentere de faktiske forhold på.

Det gøres gældende, at den af klager indleverede dokumentation netop er tilstrækkelig til, at man kan fastslå de ovennævnte forhold omkring den faktiske mærkebrug på markedet, og at brugspligten i varemærkelovens § 25 følgelig er opfyldt, hvilket vil blive søgt nærmere underbygget i forbindelse med en gennemgang af det indleverede bilagsmateriale, og samspillet mellem de forskellige dokumenter i det følgende.

### Klagers oplysninger

Klager oplyser – og har også over for Styrelsen bl.a. i indlæg af 12. maj 2004 oplyst – at klager har haft en række forskellige plasticfilmprodukter, under forskellige produktvaremærker. Det drejer sig om 5 produktlinier under de 5 produktvaremærker BICOR, OPPALYTE, METALLYTE, LABELLITE og HICOR. Disse produkter har været markedsført og solgt på det danske marked gennem den danske forhandler Oscar E. Svensson & Co. A/S til en lang række danske kunder i den relevante periode fra 1996-2001. Klager har oplyst, at der i forbindelse med denne forhandling har været gjort brug af house-mark MOBIL, som det er tilfældet for klagers produkt-sortiment i øvrigt, og klagers markedsføring uden for den nævnte periode i øvrigt.

Klagers house-mark findes i en gennemgående logo-mæssig udformning, hvor MOBIL er skrevet i en særlig font, og hvor o'et er adskilt fra resten af ordet Mobil ved brug af en rød farve. Dette house-mark logo MOBIL er bl.a. registreret som CTM 00165704 (klasse 16) og 00165415 (klasse 16 og 17), jf. bilag 31. En anden variant med en særlig typografisk udformning af o'et (dobbelt-streg) er brugt supplerende i en kortere periode fra omkring midten af 1999. Denne variant fremgår af bagsiderne på produktbladene i bilag 4, hvor det gennemgående house-mark logo (bilag 31) ses på forsiderne.



Klager gør gældende, at en samlet gennemgang af det indleverede dokumentationsmateriale, som foretages i det følgende, bekræfter klagers oplysninger i en sådan grad, at der ikke er efterladt nogen reel tvivl om, at der som oplyst af klager, har eksisteret en række plasticfilm og -folieprodukter, som er markedsført og solgt i Danmark i den relevante periode, og at der også i forbindelse hermed er gjort brug af klagers house-mark MOBIL for produkterne.

#### Produkternes karakter, perioden/dateringen og det relevante territorium

Bilag 4 viser, at der har eksisteret en serie af plasticfilm produkter, som hævdet af klager under de 5 produkt-varemærker BICOR, OPPALYTE, METALLYTE, LABELLITE og HICOR i den relevante periode. *Produkternes karakter* fremgår nærmere af dette bilag 4. Det drejer sig om 5 forskellige varianter af plasticfilm og -folier med hver deres karakteristika. Der er uden tvivl tale om produkter, som er omfattet af varefortegnelsen til VR 1986 00219 MOBIL ("Tynde plasticfolier til emballagebrug, plasticposer til brug som emballage, tynde plasticfolier (ikke til emballagebrug), plasticmateriale i form af folier til videre forarbejdning").

*Dateringen* er dels påført på forsiden af bilag 4 i hånden, men den fremgår også af bagsiden på de enkelte sider. Her er der i bunden af hver side en talstreng, der slutter med årstallet "/97". På en enkelt side, dog årstallet "/99". Herefter må det lægges til grund, at disse produkter, som oplyst af klager også eksisterede indenfor den relevante 5-årsperiode.

Materialet er modtaget fra klagers danske forhandler Oscar E. Svensson & Co. A/S, sammen med fakturaerne i bilag 3. Til dokumentation herfor henvises til bilag 30 samt til, at man kan se, at enkelte sider bærer den danske forhandlers håndskrevne påtegninger vedrørende produkter, som siden hen er udgået. Det fremgår også af produktbladene, at de er beregnet til en international kreds af forhandlere, jf. f.eks. at al tekst på bagsiden findes på engelsk, fransk og tysk. Herved fremgår tilknytningen til det *danske territorium* også med tilstrækkelig tydelighed.

Bilag 4, jf. bilag 30 fastslår én gang for alle produkternes eksistens, karakter og tilknytning til det danske marked i den relevante periode, og knytter an til de øvrige bilag via de indeholdte produktnumre. Bilag 4 og sammenhængen mellem fakturaerne bilag 3 og 4 via produktnumrene er nøje beskrevet i klagers indlæg af 12. maj 2004 side 3, hvortil der i det hele henvises.

At der har været et *salg af produkterne i Danmark* indenfor den *relevante periode* fremgår af fakturaerne bilag 3 sammenholdt med bilag 4. Den relevante periode fremgår af regningsdatoen i øverste højre hjørne (1995-1999). Det fremgår også klart, at der er tale om *danske professionelle virksomheds-kunder*, således Polyprint i Hedensted, Dansk Klæberulleindustri A/S, Hasselager, Danapak Flexible A/S, Slagelse og Neoplex A/S, Nyborg. Koblingen til varebeskrivelserne i bilag 4, kan dels foretages på grundlag af produktvaremærkerne/forkortelser heraf, som fremgår af feltet "Description/Bezeichnung", og dels ved produktnumrene i rubrikken "Filmtype/Folientype". Derudover bekræftes *produkternes karakter* også selvstændigt af sidstnævnte rubrikangivelse ("Filmtype/Folientype"), og af teksten i førstnævnte rubrik ("Film").

På grundlag af bilag 3 og 4, må det anses for hævet over enhver tvivl, at der har været foretaget et salg af produkter omfattet af varefortegnelsen for VR 1986 00219 MOBIL, i Danmark i den relevante periode.

### Brug af MOBIL som house-mark

Herefter er det eneste udestående spørgsmål om det på grundlag af dokumentationen kan konstateres, at det er korrekt, når klager oplyser, at der i forbindelse med den markedsføring og det salg af produkterne til de danske virksomheds-kunder, som er gået forud for faktureringen, og i forbindelse med kontakten med danske kunder i øvrigt, er gjort brug af house-mark MOBIL.

Da der som nævnt indledningsvis ikke længere findes specifikt dansk markedsføringsmateriale, danske prislister m.v. for perioden, er det desværre ikke muligt, at fremlægge ét "perfekt" bevis for, at også de i bilag 4 viste plasticfilm produkter, som tilfældet er det med alle klagers øvrige produkter, blev markedsført og solgt i Danmark under house-mark MOBIL, hvorfor klager har fremlagt alternativ dokumentation.

For klagers *øvrige produkter såvel i som uden for den relevante periode*, fremgår forholdet helt utvetydigt af den indleverede dokumentation. Utvivlsom brug af MOBIL som house-mark for forskellige olie- og smøremiddel-produkter i den relevante periode, fremgår således af bilag 6, 12 og 13 og bilag 15-18, som også dækker en lang række forskellige produktvaremærker. Efterfølgende brug som house-mark for en lang række forskellige olie- og smøremiddelprodukter fremgår også utvivlsomt af bilag 19-29.

De nævnte bilag viser nogle helt generelle træk ved klagers måde at brande sig på, herunder utvivlsom brug af MOBIL som house-mark for diverse olie- og smøremiddelprodukter, som er klagers primære virksomhedsområde. Brandingen i det specifikt danske markedsføringsmateriale for plasticfolieprodukterne har således været tilsvarende det internationale markedsføringsmateriale for plastic-filmprodukterne (bilag 1-2) og det danske markedsføringsmateriale for olie- og smøremiddelprodukter i perioden og efterfølgende (bilag 6, 13 og 15-29).

Det gøres gældende, at klagers oplysning om, at klagers produkter helt generelt markedsføres under brug af house-mark MOBIL klart kan bekræftes, at dette forhold støtter den i kvantitet mere sparsomme dokumentation vedrørende specifikt plasticfilm og -folie produkter i perioden 1996-2001, herunder også fordi markedsføringen af klagers øvrige produkter må forventes at have virket afsmittende på den opfattelse af mærkebrugen, som har fæstnet sig hos klagers virksomhedskunder på plasticfilm og -folie området.

Derudover har klager over for Styrelsen henvist til:

(i) En række eksempler på isoleret brug af ordet MOBIL i det internationale markedsføringsmateriale (bilag 1 og 2) fra perioden (1996-1998). Det internationale markedsføringsmateriale har også omfattet og været anvendt i Danmark, som det fremgår af bilag 2, hvor den danske kunde Orlik Tobacco, Assens og den danske forhandler Oscar E. Svensson & Co. A/S er nævnt (på bagsiden af 1998 nyhedsbrevet).

(ii) En række eksempler på, at MOBIL - når brugt i kombinationen MOBIL PLASTICS EUROPE, som også var klagers navn i den relevante periode - er brugt i den særlige "house-mark" logo udformning (bilag 31), hvorved der gøres samtidig brug af varemærket/house-mark "Mobil" (bilag 31), idet det også bemærkes, at ordet MOBIL også på andre måder er fremhævet, jf. at der er tale om den indledende, dominerende og særprægede bestanddel.

ad (i)

I relation til de af klager fremhævede eksempler på isoleret brug af MOBIL som house-mark i bilag 1 og 2, har Styrelsen bl.a. anført:

"Det ses således i brødteksten i de indsendte produktblade og nyhedsbreve, at ordet Mobil i vid udstrækning anvendes i genitivform, eksempelvis i formen "Mobil's success" og "Mobil's filmrange. Styrelsen finder derfor, at den konkrete brug af ordet Mobil snarere tjener som en reference til producentnavnet Mobil Plastics Europe end som et "house-mark" for de omhandlede produkter." (mine fremhævninger ved kursivering og understregning)

Som det fremgår af fremhævningerne anerkender Styrelsen for så vidt, at der foreligger eksempler på brug af MOBIL i den ikke-genitive form, som Styrelsen selv lægger til grund ville indikere, at der var tale om brug som house-mark. Allerede med henvisning hertil gøres det gældende, at Styrelsen burde have anset brugspligten for opfyldt.

Dernæst fremgår det, at Styrelsen for så vidt angår spørgsmålet om navne- og varemærkebrug, herunder brug som house-mark baserer sig på et "enten/eller" synspunkt, dvs. at det undersøges om MOBIL er brugt som navn eller som house-mark/varemærke, og at Styrelsen i den forbindelse konkluderer, at fordi Styrelsen har fundet relativt flere eksempler på navne-lignende brug, så er der ikke tale om et house-mark. Styrelsen ser herefter bort fra de helt åbenbare eksempler på isoleret brug af MOBIL som house-mark.

Det gøres gældende, at den citerede del af styrelsens begrundelse viser, at der er foretaget en forkert bedømmelse af den indleverede dokumentation for så vidt angår spørgsmålet om, hvorvidt MOBIL er brugt som house-mark. Man kan ikke, som Styrelsen, konkludere, at fordi MOBIL (også) ses brugt som firma-navn, så er det ikke tillige eller samtidig brugt som house-mark, som oplyst af klager.

Tilfældet er, som det også klart er fremgået under ophævelses-sagen, at der foretages brug af MOBIL både som navn/kaldenavn/navne-bestanddel og som house-mark. Det er ikke blot muligt, men også helt sædvanligt, at producentens navn eller dominanten i producentens navn også anvendes som house-mark. Faktisk antages det normalt, at firmadominanten er det "naturlige" varemærke, hvilket så meget desto mere gælder for house-marks. Bedømmelsen af den indleverede dokumentation, skal derfor ikke hvile på den forudsætning, at der er tale om brug enten som house-mark eller som navn. Snarere tværtimod skal bedømmelsen hvile på den forudsætning, at der ikke blot kan, men meget ofte vil være tale om brug både som house-mark og som producentnavn.

I den forbindelse bemærkes, at grænsen mellem brug som navn og brug som varemærke, herunder house-mark er hårfin, og til tider vanskelig at drage i praksis. Et varemærke har jo netop til formål at angive varernes kommercielle oprindelse, herunder at indikere producenten. Følgelig antages navne også at udgøre naturlige varemærker. Dette gælder så meget desto mere, når der er tale om house-marks, hvor sondringen også er særlig vanskelig, idet der er tale om et mærke, som mere direkte angiver producenten, og bruges fælles på en række forskellige produkter, med hver deres produktvaremærke. Som følge heraf kan der ikke drages en klar skillelinje mellem navnebrug og brug som house-mark. Dette fremgår også med al tydelighed af Styrelsens egne retningslinier (bilag 11), som nærmest må tages som udtryk for, at brug som navn normalt vil kunne udgøre brug af house-mark som kendetegn, der opfylder brugspligten ("Varemærket brugt som housemark, selskabs- og firmanavn: Brug af housemarks, f.eks. IMERCO, MAGASIN og ILLUM, vil kunne opfylde brugspligten, i det omfang housemarks er brugt som en form for kendetegn, f.x. som navnet på forretningen, nævnt i reklamer...").)

For så vidt angår den "sammenhæng mellem housemarks og produktet" som også er nævnt i retningslinierne (bilag 11), har klager også henvist til nomenklaturen på bagsiden af produktbladene i bilag 4, hvor betydningen af "M" i de forskellige produkt-numre, er angivet som værende house-mark "MOBIL". I kombinationen med de øvrige bilag, bekræftes det klart, at MOBIL er brugt som kendetegn ikke blot for klager (dvs. navne-brug), men også for klagers produkter (dvs. varemærke-brug). Derimod var brugen af produkt-numre, hvori bogstavet M indgår, ikke ment som i sig selv at udgøre dokumentation for opfyldelse af brugspligten, jf. Styrelsens afgørelse s. 5, hvor det fremhæves, at brugen ikke udgør brugen af mærket MOBIL i sin helhed. Brugen af "MOBIL" i sin helhed fremgår dog ikke desto mindre af nomenklaturen på bagsiden af produktbladene.

På det grundlag gøres det gældende, at der bør lægges vægt på samtlige de af klager fremdragne eksempler på isoleret brug af MOBIL i bilag 1-4, herunder også selv om der i visse tilfælde gøres brug af genitiv-form el.lign., som kunne indikere navnebrug, idet det er ganske uomtvisteligt, at klagers navn var MOBIL PLASTICS EUROPE og ikke "Mobil", hvorfor brug af det isolerede ord "Mobil" må opfattes som (tillige eller samtidig) brug som kendetegn, der er egnet til at opfylde brugspligten.

De mere åbenbare eksempler på brug som house-mark, dvs. uden genitiv-form, og hvor MOBIL netop viser klart hen til den samlede serie af plasticfilm produkter som sådan (dvs. omfattende varer under alle 5 forskellige produktvaremærker), som Styrelsen anerkender eksistensen af i afgørelsens s. 4, 4. afsnit, men afviser at tillægge vægt, er følgende:

- "*Mobil films bring confectionery to life*",
- "*Mobil films bring biscuits to life*"
- "MOBIL - Number one Partner in Packaging"
- "Mobil and the Tobacco Industry"

Hertil kan nævnes følgende fra brødteksten i nyhedsbrevene fra 1996 og 1997 (bilag 2)

- "...or in association with *other Mobil OPP films* for a new revolutionary generation of laminates"

Der foreligger således også flere eksempler på helt åbenbar brug af MOBIL som house-mark og varemærke, herunder for de med kursiv angivne tilfælde i den meget typiske form "housemark+produktvaremærke+produktbeskrivelse" eller blot "varemærke+produktbeskrivelse".

ad (ii)

Styrelsen har ikke foretaget en egentlig vurdering af, hvorvidt det ved bilag 1-6 er dokumenteret, at (også) house-mark/varemærket Mobil er brugt, dvs. i tillæg til eller samtidig med navnet Mobil Plastics Europe. I denne del af begrundelsen gennemgår Styrelsen kun fakturaerne i bilag 3. Det forhold, at MOBIL PLASTICS EUROPE, INC. fremtræder som afsender og naturligt nok er brugt "navne-lignende" på fakturaerne (bilag 3), udelukker ikke, at MOBIL samtidig kan være brugt som house-mark, og udelukker slet ikke, at MOBIL kan være brugt som house-mark i forbindelse med den forudgående markedsføring og salg af produkterne.

Klager henholder sig ikke specielt til bilag 3, men derimod til bilag 1, 2 og 4. Her ses en række eksempler på brug af house-mark logoet "Mobil" (bilag 31). Som også tidligere nævnt er grænsen mellem brug som navn og brug som varemærke, herunder navnlig house-marks hårfin, og vanskelig at drage i praksis, idet varemærker har til formål at angive varernes kommercielle oprindelse, dvs. producenten, og idet house-marks mere direkte angiver producenten. En ting bør dog med sikkerhed gælde. Når der gøres brug af en figurlig udformning, så er der tale om - som minimum - samtidig brug af navnet eller en del heraf som varemærke. Et navn er et navn - og der findes ikke "figur-navne".

Udformningen af ordet MOBIL i "navnet" Mobil Plastics Europe i overensstemmelse med house-mark logoet "Mobil" (bilag 31) er en elegant måde at foretage en samtidig brug/indikation af producentens house-mark/varemærke og producentens navn på. Klager opfatter selv forholdet sådan, at man herved over for sine kunder har anvendt sit housemark logo "Mobil" i kombination med sit navn/varemærke MOBIL PLASTICS EUROPE, hvilket også utvivlsomt er tilfældet. Klager opfatter derimod ikke selv forholdet sådan, at klager udelukkende skulle have anvendt et house-mark "MOBIL PLASTICS EUROPE", sådan som Styrelsen lægger til grund i afgørelsen ("Hertil kommer, at uanset om navnet Mobil Plastics Europe måtte anses for at fremstå som et "house-mark", så kan sådan brug ikke dokumentere brug af mærket MOBIL i sig selv").

Der henvises i den forbindelse til bemærkningerne ovenfor s. 7-8, hvorefter brugen af house-mark logoet "Mobil" helt generelt i klagers markedsføring kan støtte og har en afsmittende effekt på den opfattelse af klagers mærkebrug, som må forventes hos den professionelle kreds af virksomheds-kunder på plasticfilm og -folie området.

I den forbindelse er klager også uenig i Styrelsens vurdering af, at der - i hvert fald inden for det af VR 1986 00219 omfattede vareområde, således plasticfilm og andre plasticprodukter og det relevante territorium - er "stor forskel mellem mærket MOBIL og "Mobil Plastics Europe". Tværtimod har ordene "Plastics" og "Europe" et så begrænset særpræg, at man ved brug af house-mark logoet Mobil, som det indledende element, som samtidig også har været anvendt isoleret, herunder i vidt omfang også på andre af klagers produkter, må antages som tilsigtet at have viderebragt opfattelsen af brug af "house-mark MOBIL" samtidig med navnet "MOBIL PLASTICS EUROPE".

Ved brev af 19. december 2005 har indklagede kommenteret klagers bemærkninger.

Indklagede fremkom med følgende:

"... **PÅSTAND:**

Den af Styrelsen truffne afgørelse af 16. august 2005 stadfæstes.

**Anbringender:**

Med henvisning til bilag 1 til 14 gøres det fortsat gældende, at disse bilag ikke udgør behørig dokumentation for brug af varemærket **MOBIL** for de meget specifikke varer som mærket er registreret for i klasse 16 og 17.

Der henvises i den forbindelse særligt til, at varemærket **MOBIL** ikke fremgår af de fremlagte fakturaer for årene 1997 – 2002, hverken i selve fakturateksten eller som varemærke andre steder på fakturaerne.

Derimod er det alene selskabsnavnet Mobil Plastics Europe, Inc og fra og med juli 2001 selskabsnavnet ExxonMobil Chemical Films Europe, Inc, der fremgår. En sådan brug af "house-marks" udgør ikke behørig dokumentation for brug af varemærket **MOBIL** alene.

Ligeledes gøres det gældende, at de fremlagte produktblade ikke udgør behørig dokumentation for brug af varemærket **MOBIL**, eftersom disse hverken er opdaterede eller i øvrigt kan siges at være til brug på det danske marked, eftersom de er engelsksprogede. Af de fremlagte produktblade fremgår alene andre varemærker såsom **OPPLYTE, METALYTE, HICOR** m.v.

For så vidt angår bilag 15 – 18 gøres det gældende, at disse ej heller dokumenterer behørig brug af varemærket **MOBIL** for de varer, som dette mærke er registreret for i klasse 16 og 17. Alle disse bilag vedrører varearten "motorolier", "smøremidler" m.v. og **IKKE** "tynde plasticfolier til emballagebrug". Det skal igen påpeges, at bilag 18 i det hele er på engelsk og således ikke tiltænkt det danske marked.

Vedrørende bilag 19 – 29 gøres det principalt gældende, at dette materiale ikke skal indgå i bedømmelsen om hvorvidt, der har været foretaget korrekt brug af varemærket **MOBIL**, eftersom dette materiale ligger efter ophævelsesbegæringens indlevering den 29. oktober 2001, idet dette vedrører årene 2002 – 2004.

Subsidiært gøres det gældende, at dette materiale ikke dokumenterer brug af varemærket **MOBIL** for varer i klasse 16 og 17, jf. bemærkningerne ovenfor.

Samlet gøres det således gældende, at klageren fortsat ikke har dokumenteret at have gjort reel brug af varemærket **MOBIL** for de varer, som mærket er registreret for i klasse 16 og 17, hvorfor registreringen skal ophæves med henvisning til varemærkelovens § 25..."

Ved brev af 20. januar 2006 udtalte Patent- og Varemærkestyrelsen følgende:

"... Administrativ ophævelse mod varemærket MOBIL

Som svar på ankenævnets brev af 6. januar 2006 skal styrelsen udtale følgende:

Klager har i forbindelse med sagens behandling ved ankenævnet indsendt yderligere materiale til dokumentation for brug af mærket MOBIL.

Styrelsen skal i den forbindelse bemærke, at det nye materiale vedrører brug af mærket for forskellige typer olier og smøremidler, men ikke vedrører brug for den type plasticfolier, der er omfattet af VR 1986 00219.

Det er herefter styrelsens opfattelse, at der ikke under ankesagen er fremkommet sådanne væsentlige nye oplysninger, at det ændrer styrelsens vurdering af sagen.

Styrelsen skal derfor henstille til ankenævnet, at afgørelsen stadfæstes..."

Indklagede Zacco Denmark A/S kommenterede i brev af 20. februar 2006 styrelsens udtalelse med følgende:

"... Vi henviser til Ankenævnets brev af 20. januar 2006 og skal hermed oplyse, at vi ikke har yderligere kommentarer til sagen. Ankenævnet kan således tages op til afgørelse på det foreliggende grundlag..."

Ved brev af 17. marts 2006 fremkom Plesner Svane Grønberg på vegne af klager med følgende supplerende skriftligt indlæg.

"...

## **2 Patent- og Varemærkestyrelsens høringssvar af 20. januar 2006**

2.1 Patent- og Varemærkestyrelsen har i sit høringssvar af 20. januar 2006 henholdt sig til at kommentere det yderligere materiale, som klager har fremlagt under ankesagen. Styrelsen anfører med henvisning hertil, at der ikke er fremkommet sådanne væsentlige nye oplysninger, som kunne føre til en ændret vurdering af sagen.

2.2 Styrelsen undlader herved helt i sit høringssvar af 20. januar 2006 at udtale sig om klagepunkterne vedrørende styrelsens behandling af sagens bilag 1-4, som allerede forelå under ophævelsessagen og om de generelle problemstillinger vedrørende varemærkelovens regler om brugspligt, som klager har henledt opmærksomheden på i klagebegrun-

delsen af 17. oktober 2005.

- 2.3 Sagens bilag 1-4 vedrører utvivlsomt netop den type af plasticfolier, der er omfattet af VR 1986 00219. Når styrelsen i høringssvaret af 20. januar 2006 anfører, at det yderligere materiale, som er indsendt i forbindelse med sagens behandling for Ankenævnet ikke vedrører sådanne plasticfolier, er dette for så vidt korrekt, men bemærkningen giver ikke et retvisende billede af den samlede dokumentation i sagen, som klart omfatter relevante varer i klasse 16 og 17.
- 2.4 Styrelsen har ikke fundet anledning til at præcisere sin opfattelse af klagers synspunkter vedrørende fortolkningen af varemærkelovens regler om brugspligt, herunder har Styrelsen ikke afvist klagers anbringender og synspunkter om:
- 2.4.1 - at der bør foretages en helhedsvurdering af det indsendte dokumentationsmateriale med vægt på indbyrdes sammenhænge mellem forskellige dokumenter, frem for en vurdering af hvert dokument for sig,
- 2.4.2 - at Styrelsen i lyset af en række generelle og konkrete omstændigheder præciseret i klagebegrundelsen s. 3-4 har stillet for høje krav til dokumentationsmaterialet,
- 2.4.3 - at de af klager indsendte bilag, navnlig bilag 1-4 og 30, samlet set viser både det brugte mærke, de varer, som brugen vedrører (plasticfilm og -folier), den periode brugen vedrører og det relevante territorium, som omfatter Danmark, jf. nærmere klagebegrundelsen s. 5-12,
- 2.4.4 - at den således godtgjorte brug af MOBIL netop er tilstrækkelig til at anse brugspligten for opfyldt,
- 2.4.5 - at brug af betegnelser som firma- eller selskabsnavn ikke udelukker, at samme betegnelser samtidig eller tillige kan være brugt som varemærke/housemark og være brugt på en måde, som opfylder brugspligten,
- 2.4.6 - at grænsen mellem brug af betegnelser som firmanavn henholdsvis varemærke og/eller house-mark er hårfin og vanskelig at drage i praksis,
- 2.4.7 - at ordene "plastics" og "Europe" er således beskrivende for de af sagen omhandlede produkter, at det ikke er korrekt, når styrelsen anfører, at der er en stor forskel på navnet "MOBIL PLASTICS EUROPE" og housemark/varemærket MOBIL,
- 2.4.8 - at klager navnlig ved bilag 4, jf. bilag 1-3, har godtgjort den sammenhæng mellem klagers housemark MOBIL og de af sagen omhandlede plasticfilm produkter, som normalt ville være tilstrækkeligt til, at brugspligten anses for opfyldt, jf. bilag 10 og 11, og



- 2.4.9 - at klagers brug af MOBIL som housemark i øvrigt på andre produkter og udenfor den relevante periode har en afsmittende effekt på brugen og opfattelsen af MOBIL som housemark også på området for plasticfilm produkter indenfor den relevante periode.
- 2.5 Klager fastholder fuldt ud de ovenfor anførte synspunkter, som er uddybet i klagebegrundelsen af 17. oktober 2005.

### **3 Indklagedes klagesvar af 19. december 2005**

#### *3.1 Klagers bilag*

- 3.1.1 Indklagede har henvist til, at de af klager under sagen fremlagte bilag ikke vedrører de specifikke plasticfilm produkter i klasse 16 og 17, som klagers mærke MOBIL er registreret for. Dette er ikke korrekt. Der henvises herom til punkt 2.3 ovenfor vedrørende bilag 1-4.

#### *3.2 Fakturaer (bilag 3)*

- 3.2.1 For så vidt angår fakturaerne, fremlagt som bilag 3, anfører indklagede, at varemærket MOBIL ikke fremgår af fakturaerne, som kun viser "selskabsnavnet Mobil Plastics Europe, Inc."
- 3.2.2 Indklagede tager herved for det første ikke højde for, at fakturaerne ikke står alene eller kan vurderes isoleret, idet der forud for enhver fakturering har været en markedsføring og et salg af de fakturerede produkter. Klager har dokumenteret brug af MOBIL som housemark i forudgående markedsføring og salg, navnlig ved bilag 1, 2 og 4.
- 3.2.3 Dernæst tager indklagede ikke højde for, at der kan foretages - og er foretaget - samtidig brug af navnet Mobil Plastics Europe og housemark MOBIL, jf. ovenfor punkt 2.4.5 og nærmere klagebegrundelsen af 17. oktober 2005.
- 3.2.4 Endelig tager indklagede ikke højde for det ovenfor under punkt 2.4.6-2.4.9 anførte, jf. nærmere klagebegrundelsen af 17. oktober 2005.

#### *3.3 Produktblade (bilag 4)*

- 3.3.1 For så vidt angår produktbladene fremlagt som bilag 4, anfører indklagede, at materialet ikke er opdateret og ikke kan siges at være brugt på det danske marked, idet materialet er engelsksproget, samt at varemærket MOBIL ikke fremgår af materialet.
- 3.3.2 Hertil anføres for det første, at det ikke giver megen mening at kræve fremlæggelse af senere "opdaterede" produktblade, når opgaven under nærværende sag netop er at fremlægge dokumentation hidrørende fra brugspligtsperioden 1996-2001. Produktbladene kan således meget vel løbende have været opdaterede selv om netop de gamle produktblade, som klager i dag har fremskaffet til brug for sagen, er de fremlagte produktblade fra 1997. Distributørens håndskrevne angivelser kan være foretaget for at dække en kortere periode imellem to opdateringer.

- 3.3.3 Dernæst bemærkes dog, at det er uden relevans for sagen om de pågældende produktblade siden hen er maskinelt opdaterede eller ej, herunder i hvilket omfang, der overhovedet har været behov for opdateringer, og om opdateringer kun måtte være foretaget ved håndskrevne påtegninger af distributører på grundlag af klagers oplysninger om produkterne formidlet på anden vis.
- 3.3.4 For så vidt angår det anvendte sprog, bemærkes, at det ikke er helt korrekt, at produktbladene er engelsksprogede. På bagsiden af produktbladene findes således også tekst på tysk og fransk. At teksten er anført på engelsk, tysk og fransk dokumenterer klagers oplysninger om, at materialet har været anvendt internationalt, herunder også i Danmark. Det bemærkes i den forbindelse i øvrigt, at danskere i almindelighed anses for således velbevandrede udi det engelske sprog, at særprægs-vurderinger foretages næsten helt ensartet for danske og engelske ord. Denne konstatering gælder også - og med særlig vægt - for erhvervslivets samhandel over grænserne.
- 3.3.5 Endelig henvises til, at brug i Danmark af produktbladene, bilag 4, konkret er dokumenteret ved følgebrevet, bilag 30, og fakturaerne, bilag 3. Sidstnævnte viser netop salg af de i bilag 4 udviste produkter i Danmark.
- 3.3.6 Endelig bemærkes, at det ikke er korrekt, at varemærket MOBIL ikke fremgår af produktbladene, bilag 4. MOBIL fremgår således dels af nomenklaturen på bagsiden af produktbladene ("M=MOBIL"), og dels indirekte ved brug af "M" på forsiden, dvs. "MOBIL", som forklaret ved nomenklaturen.

- 0 -

På ovennævnte grundlag fastholder klager samtlige oplysninger og anbringender fremsat i klagebegrundelsen af 17. oktober 2005, hvortil klager i det hele henviser.

..."

*Udskriftens og fotokopiens rigtighed bekræftes.*

*Ankenævnet for Patenter og Varemærker den 21. august 2006.*