

**UDSKRIFT**  
**AF**  
**SØ- & HANDELSRETTENS DOMBOG**

---

**Den 19.oktober 2004** blev af retten i sagen

V-1-03

Richter-System GmbH & Co. KG

(Advokat Susanne Mark)

mod

Ankenævnet for Patenter og Varemærker

(Kammeradvokaten ved advokat Kristian Hartlev)

Hovedintervenient: Saint-Gobain Ecophon B.V. (tidl. Ecophon Benelux B.V.)

(Advokat Louise Unmack Rygaard ved advokat Christian Bardenfleth)

afsagt sålydende

**D O M:**

Sagens spørgsmål er om varemærket ECOPHON (registreringsnummer EU474833) er til hinder for registrering af EUROPHON (registreringsnummer MP716225). Begge varemærker er registreret i klasserne 6 og 19 for bl.a. bygningsmaterialer.

Parterne er enige om at mærkerne anvendes for samme eller lignende produkter.

Richter-System GmbH & Co. KG (**Richter-System**) har over for Ankenævnet for Patenter og Varemærker nedlagt påstand om at Ankenævnet skal anerkende at den danske del af varemærket MP 716225 for ordmærket EUROPHON kan registreres endeligt.

Ankenævnet for Patenter og Varemærker (**Ankenævnet**) har påstået frifindelse.

Saint-Gobain Ecophon B.V. (tidligere Ecophon Benelux B.V.) (**Saint Gobain Ecophon**) har over for Richter nedlagt påstand om at Richter skal anerkende at registreringen af den danske del af varemærket MP 716225 EUROPHON <w> er blevet ophævet med rette.

Over for denne påstand har Richter-System nedlagt påstand om frifindelse.

### **Sagsfremstilling**

Saint-Gobain Ecophons svenske datterselskab er indehaver af varemærket ECO-PHON der i Danmark er registreret første gang den 21. september 1957. Mærket er registreret i klasse 17 for akustikplader og lydisoleringsmaterialer til bygningsbrug. ECO-PHON er registreret som EF-varemærke <w> med ansøgningsdag den 20. februar 1997 og med registreringsdag den 1. februar 1999. Registreringen er sket i klasserne 6, 17 og 19.

EUROPHON er registreret i Tyskland med anmeldelsesdag den 26. november 1998 og med registreringsdag den 16. marts 1999. Det fremgår af en erklæring fra WIPO at en lang række lande, herunder Danmark, på grundlag af registreringen i Tyskland er blevet designeret under Madridprotokollen med designeringsdatoen den 25. maj 1999. Offentliggørelse fandt sted i Dansk Varemærketidende den 27. september 2000. Designeringen vedrørte klasserne 6 og 19.

Efter indsigelse af 27. november 2000 fra Saint-Gobain Ecophon (dengang Ecophon Benelux B.V., Holland) traf Patent- og Varemærkestyrelsen den 27. juli 2001 en afgørelse hvorefter Saint-Gobain Ecophons indsigelse mod gyldigheden af registreringen af EUROPHON blev taget til følge da det blev anset for forveksleligt med Saint-Gobain Ecophons ældre mærke ECO-PHON, jf. varemærkelovens § 15, stk. 1, nr. 2. Registreringen af EUROPHON blev derfor ophævet.

Af styrelsens afgørelse fremgår bl.a.:

*”Et opslag i styrelsens varemærkeregister viser, at elementet PHON kun forekommer i ganske få mærker i klasserne 6 og 19, hvorfor det varemærkemæssigt er et stærkt element.*

*Efter styrelsens vurdering er mærkerne forvekslelige. Ved denne vurdering er der lagt vægt på, at der er en høj grad af synsmæssig lighed mellem mærkerne og herunder på, at mærkerne har identisk indledning og afslutning. Styrelsen har endvidere lagt vægt på, at elementet PHON kun forekommer få gange i de berørte klasser, hvorfor dette element varemærkemæssigt må betragtes som stærkt og derfor tillægges en relativt større vægt ved vurderingen af forveksleligheden. Hertil kommer, at mærkernes forstavelser – ECO over for EURO – begge giver associationer til finansielle forhold idet ECO er suggestivt for økonomi, mens EURO er navnet på den fælleseuropæiske møntenhed.”*

Den 6. november 2002 stadfæstede Ankenævnet afgørelsen med følgende begrundelse:

*”Der er såvel varesammenfald som vareartslighed imellem det ansøgte mærke EUROPHON og indsigers mærke ECOPHON. Det er endvidere Ankenævnets opfattelse, at der er mærkelighed. Endelserne PHON er identiske, første bogstav er identisk og O-et i midten af ordet er med til at give et forveksleligt helhedsindtryk. Indsigelsen tages derfor til følge, og det angrebne mærke ophæves.”*

Sagen er anlagt den 6. januar 2003.

Til støtte for sine synspunkter har Richter henvist til følgende afgørelser:

1. Afgørelse truffet af Deutsches Patent- und Markenamt den 21. februar 2000. I denne hedder det bl.a.:

*”Die sich gegenüberstehenden Vergleichsmarken sind in ihrer Gesamtheit so verschieden, dass eine Verwechslungsgefahr nicht gegeben ist. Auch schriftbildlich und phonetisch tritt der Unterschied deutlich hervor. Für dass hier*

*insbesondere betroffene Warengbiet der Baumaterialien spielen in vielen Fällen die Schallübertragungseigenschaften bzw. Schallsolationseigenschaften eine erhebliche Rolle. Daher wird der gemeinsame Markenbestandteil „PHON“ von den mit der Marke angesprochenen Verkehrskreisen ohne große Überlegungen als beschreibender Hinweis auf günstige Schallsolationseigenschaften verstanden. Anders verhält es sich bei den Wortbestandteil „EURO“ = europäisch und „ECO“ = ökologisch. Hier ist schon aus dem Sinn heraus ein deutlicher Unterschied erkennbar, der eine Verwechslungsgefahr verneinen lässt ...“*

Afgørelsen blev påklaget til Bundespatentgericht, men klagen blev frafaldet den 25. august 2003.

2. Ved afgørelse af 30. april 2000 traf generaldirektøren for Institut national de la propriété industrielle afgørelse om at afslå ”*la protection en France de l’enregistrement international n° 716 225 [EUROPHON] aux motifs que ... la denomination contestée EUROPHON qui constitue l’imitation de la marque antérieure ECOPHON est de nature à engendrer un risque de confusion pour le consommateur d’attention moyenne.*”

Ved dom af 2. maj 2001 ophævede Cour d’appel de Paris afgørelsen. Retten lagde bl.a. vægt på at stavelserne EU-RO, respektive ECO, også fordi de forskellige elementer var forstavelser, gav de to tegn en fonetisk særegenhed som ikke blev svækket af det fælles PHON som på fransk var et svagt element der i almindelighed blev anvendt til at betegne hvad der havde med stemme og lyd at gøre. EURO for europæisk og ECO for økologisk var stærke elementer der gav tegnene en klar, præcis og entydig betydning (”*signification*”).

Afgørelsen er efter det oplyste ikke indbragt for Cour de Cassation.

3. Den 18. juni 2002 traf det engelske Patent Office afgørelse i en tvist mellem parterne. I afgørelsen hedder det bl.a.:

”28. The mark for which protection is sought is the word EUROPHON. The marks relied upon by the opponents are for the word ECOPHON. Insofar as both marks begin with the letter E and share the common suffix “PHON” there is some degree of visual and aural similarity. However, the prefixes have an impact to the extent that I would say that though the respective marks may well have similarities, they are not similar in appearance or sound.

29. Whilst marks should be compared as a whole, it is inevitable that reference will be made to individual elements, particularly as regard must be taken of the distinctiveness and/or dominance of component parts. The applicant refer to the meanings of the prefixes EURO and ECO, and although they have not provided any corroborative evidence on this point, it has long been the Registrar’s practice to regard the prefix EURO as denoting Europe or European, and that the prefix ECO denotes ecology or ecological. The decision of the German Patent and Trademark Office shown as exhibit RAB2 concurs with this practice. The decision also makes some comment on the suffix “PHON” as having some relevance to sound insulation properties. Whilst there is no specific evidence on this fact, I do not consider it out of order to refer to, and take judicial notice of the entry in Collins English Dictionary that shows PHON to be a “unit of loudness that measures the intensity of a sound by the number of decibels it is above a reference tone...” That said, I do not consider that this meaning will be readily apparent to other than to a specialist in the industry.

30. If the meaning of the suffix is known then the marks, insofar as they relate to sound will share some conceptual identity, but whether or not that is the case, the meaning of the prefixes will take to no more than a passing similarity.

31. Even though the respective prefixes could be taken to be well known and more likely to be understood as a reference to a characteristic of the goods than the suffix, I do not consider that this means that the prefix should be regarded as being less distinctive than the suffix. If only by virtue of its positioning (it is well established that the beginnings of word marks are of most importance) the prefix could be regarded as the dominant component.

...

38. *I have already expressed my view that when considered as a whole the respective marks are not similar. But even if they were, for the reasons given above I do not consider that the evidence provided by the opponents establishes that the use they have made of their mark would built a reputation such that, if another trader were to use a similar mark, the later mark would derive some benefit from that reputation, nor that their mark would be harmed in any way. Consequently the ground under Section 5 (3) also fails."*

Afgørelsen er efter det oplyste endelig.

PriceWaterhouseCoopers har i en erklæring af 12. november 2003 oplyst at have gennemgået en koncernudarbejdet oversigt for årene 1999-2002 der viser omsætningen i det danske selskab Saint-Gobain Ecophon A/S samt markedsføringsomkostninger afholdt af dette selskab og markedsføringsomkostninger med relation til det danske marked afholdt af selskabets moderselskab Saint-Gobain Ecophon AB. Oversigten viser at omsætningen for hvert af de fire år overstiger 38,5 mio. DKK, og at de afholdte markedsføringsomkostninger udgjorde mellem 6 og 7 % af omsætningen.

Det er oplyst at den årlige omsætning i Danmark i branche 45.32.00, Isoleringsvirksomhed, i 2001 og 2002 var godt 1 mia. DKK. Heraf udgjorde Rockfon A/S' omsætning godt 200 mio. kr.

Det fremgår af årsrapport 2002 for Saint-Gobain Ecophon AB at dette selskab er et datterselskab af Saint-Gobain Isover AB som tilhører Saint-Gobain-koncernen. Saint-Gobain Ecophon AB havde i 2002 en årsomsætning på 687,5 mio. SEK.

Saint-Gobain har givet yderligere oplysninger om selskabets aktiviteter og produkter gennem udskrifter af selskabets hjemmeside, [www.ecophon.dk](http://www.ecophon.dk), og forevisning af selskabets håndbog om akustiklofter og selskabets udgivelse "Sæt ikke grænser for dine sanser"

En udskrift fra Saegis databasen viser at FON (PHON) i en vis udstrækning benyttes som varemærke af aktører inden for klasserne 6 eller 19, således bl.a. PARAFON,

HERAFON, ROCKFON, TROLDFON (danske registreringer), GLASCOFON, SOAFON, TERMOFON, TYPHON og PLADUR FON (EF-registreringer).

Det er oplyst at der ved søgning i Tyskland i klasse 6 og 19 er fundet 43 mærker i klasse med -PHON, og en google-søgning på "phon" (uden klasseangivelse) gav i alt 9.880 resultater.

### **Forklaring**

Peter Freisleben har forklaret at han i de sidste 3 år har været direktør i Saint-Gobain Ecophon A/S. Omsætningen har været stigende i de seneste år. I 2004 regner Saint Gobain Ecophon med at nå en omsætning på 50 mio. kr. Hovedmålgruppen for markedsføringen er arkitekter der som rådgivere angiver materialer eller materialearter. Køberne er entreprenører, tømrere og andre håndværkere samt byggemarkeder

ECOPHON er blevet anvendt i Danmark siden slutningen af 1950'erne. Navnet ECOPHON blev første gang anvendt i Danmark, og det anvendes som varemærke og som del af virksomhedsnavn. Det anvendes nu også af det svenske moderselskab.

Der anvendes som oplyst af revisoren 6-7% af omsætningen til markedsføringen. Hertil skal lægges omkostninger til sælgerne som ikke indgår i det af revisoren oplyste. Markedsføringen sker i betydeligt omfang ved udsendelse af kataloger. Håndbogen om akustiklofter er trykt i 4000 eksemplarer. Bogen "Sæt ikke grænser..." er trykt i 2.500 eksemplarer. Saint-Gobain Ecophon har en meget betydelig del af landets arkitekter i deres kartotek der omfatter ca. 3.000 personer og firmaer. Saint-Gobain Ecophon har 5-7 materialeudsendelser om året. Endvidere afholder Saint-Gobain Ecophon forskellige kurser og større og mindre seminarer m.v. hvor kunderne betaler halvdelen af omkostningerne. Der er miniseminarer om lovregler osv. på området.

Der er 4-5 større aktører i Danmark på Saint-Gobain Ecophons område samt 4-5 mindre. Danogips har den største markedsandel på ca. 40%. Rockfon har en markedsandel på ca. 20% og er lige så stor som Saint-Gobain Ecophon. Rockfons omsætning er større (over 200 mio. kr.), men 80% heraf eksporteres.

### **Procedure**

Richter har anført at de nationale domstole som fast antaget af EF-domstolen i forvekslingssager skal anlægge en bred bedømmelse hvor der tages hensyn til alle faktorer som kan få betydning, jf. domstolens dom af 11. november 1997 i sagen C-251/95 Sabel BV mod Puma AG, Rudolf Dassler Sport, dom af 29. september 1998 i sagen C-39/97 (Canon), dom af 22. juni 1999 i sagen C-342/97 (Lloyd) og dom af 14. september i sag C-375/97, General Motors Corporation mod Yplon SA. Sagen skal afgøres efter dansk ret, men de danske domstole skal i deres retsanvendelse følge EF-domstolens retningslinier vedrørende fortolkningen af det til grund for varemærkeloven liggende direktiv.

Ankenævnet og Patent- og Varemærkestyrelsen har foretaget en snæver, overvejende visuel, bedømmelse, og i øvrigt kun givet en kortfattet begrundelse for resultatet. Derimod har det engelske varemærkekontor i den tilsvarende sag truffet en afgørelse der med omhyggelig angivelse af det juridiske grundlag og efter en vurdering af mærkerne ud fra alle aspekter kommer frem til en (rigtig) afgørelse.

Det er ikke rigtigt at PHON er et stærkt element. PHON eller FON opfattes, som det fremgår af ordbogsopslag, som en reference til noget akustisk og er altså associerende eller snarere beskrivende.

Om det visuelle bemærkes at mærkerne består af respektive 8 og 7 bogstaver, og at de første 4, respektive 3 er væsentligt forskellige. Forstavelserne ECO og EURO er, som antaget af det engelske varemærkekontor, dominerende elementer i mærket. ECO vil af den almindeligt opmærksomme iagttagelse opfattes som forskelligt fra EURO, og det gælder selv om første og sidste bogstav er identiske. Det er fast antaget varemærkeretligt at trestavelsesord er forvekslelige hvis mindst 2 stavelser er identiske eller forvekslelige, men tilsvarende gælder at trestavelsesord ikke er forvekslelige hvis kun én stavelse er fælles, således som det er tilfældet her. Mærkerne er således ikke visuelt forvekslelige.

Udtalemæssigt er forstavelserne helt forskellige (øvro eller ju<sup>e</sup>ro kontra eko). Ved udtalen lægges trykket på første stavelse(r), og det trækker i retning af uforvekslelighed.



Der er som det fremgår af de nævnte afgørelser fra Tyskland, Frankrig og England, noget forskellige opfattelser med hensyn til det associative. Efter en dansk opfattelse vil EURO vel nærmest forstås som en henvisning til noget europæisk, og som sådan anvendes forstavelserne hyppigt. ECO kan på dansk vel opfattes som en reference til økologi, men næppe til økonomi.

PHON eller FON er som påvist ikke sjældent forekommende. I overensstemmelse med de anførte udenlandske afgørelser bør det lægges til grund at PHON er et svagt element.

Køberkredsens sammensætning skal også tillægges betydning. Køberkredsen er arkitekter, entreprenører og tømrermestre. Det er folk der sætter sig ind i tingene, inden de afgiver tilbud eller ordre.

Det bestrides at ECOPHON er velkendt, jf. varemærkelovens § 15, stk. 4, jf. § 4, stk. 2. Det er ikke godtgjort hverken ved brancheerklæringer, brugerundersøgelser eller andre oplysninger. Oplysningerne om markedsføringsomkostninger er ikke tilstrækkelige. Vareartsligheden anerkendes, men det bestrides at brugen af EUROPHON på nogen måde vil medføre en utilbørlig udnyttelse af ECOPHONs særpræg eller renommé eller skade særpræget eller renomméet.

Da det ikke er dokumenteret at mærket er velkendt, skal der heller ikke gives ECOPHON en udvidet beskyttelsessfære. Der skal foretages en ganske almindelig bedømmelse af om der er risiko for forveksling, herunder at det antages, at der er en forbindelse mellem varemærkerne. Denne bedømmelse må efter en vurdering af mærkerne visuelt, fonetisk og betydningsmæssigt samt under hensyn til køberkredsen falde ud til Richters fordel på samme måde som det er sket i Tyskland, Frankrig og England.

Ankenævnet finder at der er risiko for forveksling af de to ordmærker, herunder at det antages at der er en forbindelse med det ældre varemærke, fordi det yngre mærke er identisk med eller ligner det ældre varemærke og varen eller tjenesteydelserne er af samme eller lignende art, jf. varemærkelov § 15, stk. 1, nr. 2. Der er derfor ikke grundlag for at tilsidesætte ankenavnets kendelse.

Ved helhedsbedømmelsen må der tages udgangspunkt i det visuelle, dvs. man skal se på mærket på samme måde som en almindelig observant byggemarkedskunde. Det er rigtigt at der blandt kundegruppen er arkitekter, men der er også større og mindre tømrermestre og private der når de ser EUROPHON, kan få den antagelse at mærket er en variant af ECOPHON, eller at der på anden måde er en forbindelse mellem mærkerne. En køber kan fx tro at EUROPHON-produktet er en videreudvikling af ECOPHON-produktet der sælges i samme slags forretninger (byggemarkeder), og at der således er en forbindelse mellem mærkerne

Ved vurderingen skal også tages hensyn til det princip der er fastslået i Canondommen af hvis præmis 17 fremgår: *"Helhedsvurderingen af risikoen for forveksling indebærer en vis indbyrdes afhængighed mellem de faktorer, der kommer i betragtning, og især ligheden mellem varemærkerne og ligheden mellem de varer eller tjenesteydelser, der er omfattet af varemærkerne. En svag grad af lighed mellem de af varemærkerne omfattede varer eller tjenesteydelser kan således opvejes af en høj grad af lighed mellem varemærkerne og omvendt ..."*

Med hensyn til den visuelle bedømmelse kan ankenævnet henholde sig til de betragtninger der fremgår af styrelsens og nævnets afgørelser.

Der er næppe tvivl om at PHON for den almindelige danske kunde uden særlig omfattende sprogkundskab er den stærkeste del af mærkerne. Søgningerne på nettet viser også at der ikke er så meget der hedder noget med PHON. ECO og EURO er svage, ofte anvendte bestanddele uden synderligt særpræg.

Det er ikke interessant at se på hvad der står i ordbøgerne om at betydningen af phon eller fon er lyd – det ved gennemsnitskunden der handler i Silvan, ikke. I hvert fald på dansk er betydningen fon = lyd ikke særlig udbredt, og varemærker i skal i Danmark vurderes efter dansk sprogbrug og dansk sprogbevidsthed. Det er derfor heller ikke afgørende for udfaldet af denne sag hvad domstole og myndigheder i andre lande er kommet frem til. Bedømmelsen af forvekslelighed er og bliver en sag for de nationale myndigheder og domstole.

Saint-Gobain Ecophon kan tilslutte sig Ankenævnets betragtninger. Der er visuel lighed. Der er fælles begyndelsesbogstav og -OPHON er fælles. Der henvises herved

til Højesterets domme i UfR 1978.497 (Solram forveksleligt med Osram) og UfR 1979.12 (Osram og Airam var ikke forvekslelige). Auditivt er der også stor lighed fordi trykket naturligt falder på ord delen PHON. EURO og ECO er trykssvage bestanddele.

Begrebsmæssig er der også en vis lighed. EURO leder tanken hen på møntenheden, og ECO associeres let med økonomi.

Af de anførte mærker med -PHON er det kun ROCKFON der er i samme branche. Der er ikke grundlag for at antage at FON eller PHON er hyppigt anvendte inden for byggematerialebranchen. Oplysningerne om anvendelse i Tyskland er uden betydning for lighedsbedømmelsen i den foreliggende sag. Afgørelserne fra Tyskland, Frankrig og England bør som anført af ankenævnet ikke få betydning

Køberkredsen er ikke så begrænset. Saint Gobain Ecophon har som forklaret af Peter Freisleben en stor og bred køberkreds. Man har en database end 3.000 navne hvoraf en stor del er arkitekter, andre er håndværkere, herunder især tømrermestre. Håndværkerne vil let kunne komme i tvivl, når han ser EUROPHON i byggemarkedet, og forledes til at tro at det er Saint-Gobain-produktet som hans arkitekt tilrådede ham at bruge.

Ecophon er velkendt og indarbejdet, i hvert fald i Danmark. Produktet har været på markedet i de sidste 50 år. Markedsandelen er betydelig, og kendskabet til produktet fremmes gennem markedsføring, herunder udsendelse af materiale, og kursusvirksomhed.

### **Rettens begrundelse og resultat**

Efter parternes tilkendegivelser herom går retten ud fra at de varer som EUROPHON søges registreret for, er identiske med eller ligner de varer som ECOPHON er registreret for.

Begge varemærker indeholder tre stavelser. EUROPHON indeholder 8 bogstaver, mens ECOPHON indeholder 7. Indledningsbogstaverne og sidste stavelse, -PHON,

er identiske, og det samme gælder tredje, respektive andet bogstav. De to første stavelser EURO-, respektive ECO-, må isoleret set opfattes som så forskellige at der ikke er grund til at tro at der er fare for forveksling af disse orddele. Det forhold at de to første stavelser i varemærkerne, der består af tre stavelser, er forskellige, taler med en vis vægt for at der ikke foreligger mærkelighed. På den anden side vil det trække noget i modsat retning at der er sammenfald mellem første eller eneste bogstav i første stavelse og sidste bogstav i anden stavelse i mærkerne.

Der er auditivt ikke en sådan lighed mellem ordene at der er en antagelig risiko for forveksling. Der er herved lagt vægt på den anførte forskel mellem de første stavelser og på at -PHON, uanset om det er trykbærende, ikke er dominerende i forhold til de første stavelser.

Betydningsmæssig er der ikke lighed mellem ECO- og EURO-. ECO- kan muligt lede tanken hen på økologi på engelsk eller på romanske sprog, mens EURO- nærmest må opfattes som en henvisning til noget europæisk, på samme måde som DAN- og SCAN- er henvisninger til dansk eller skandinavisk. -PHON vil i begge sammenhænge opfattes som henvisende til et produkt eller tjenesteydelse med relation til lyd. -PHON eller -FON er ikke ualmindeligt anvendte bestanddele af betegnelser for varer af den type som produceres og sælges af Saint-Gobain Ecophon.

Der er som sagen foreligger oplyst, ikke grundlag for at antage at ECOPHON har en sådan bekendthed i branchen at der tilkommer mærket en udvidet beskyttelse som kan gøres gældende over for EUROPHON.

Efter de oplysninger der foreligger om de pågældende lydisolerende og lyddæmpende produkter og om afsætningsforholdene og køberkredsene, kan retten lægge til grund at der er tale om højt specialiserede varer som fortrinsvis købes af bygherrer, entreprenører og tømmere, som oftest på grundlag af rådgivning der er givet af arkitekter efter nærmere faglige overvejelser.

På denne baggrund er det efter en samlet vurdering rettens resultat at der, uanset varesammenfaldet og uanset de påpegede ligheder mellem EUROPHON og ECO-PHON, ikke er en sådan fare for forveksling af mærkerne og heller ikke en risiko for

antagelser om at der er en forbindelse mellem mærkerne, at der er grundlag for at nægte registrering af EUROPHON for de ansøgte vareklasser.

Rettens vil derfor pålægge Ankenævnet for Patenter og Varemærker over for Richter-System GmbH & Co. KG at anerkende at den danske del af varemærket MP716225 for ordmærket EUROPHON kan registreres endeligt. Richter-System GmbH & Co. KG frifindes følgelig for den påstand der er nedlagt af Saint-Gobain Ecophon B.V.

**Thi kendes for ret:**

Ankenævnet for Patenter og Varemærker skal over for Richter-System GmbH & Co. KG anerkende at den danske del af varemærket MP716225 for ordmærket EUROPHON kan registreres endeligt.

Richter-System GmbH & Co. KG frifindes for den af Saint-Gobain Ecophon B.V. nedlagte påstand.

Inden 14 dage skal Ankenævnet for Patenter og Varemærker og Saint-Gobain Ecophon B.V. betale 20.000 kr. i sagsomkostninger til Richter-System GmbH & Co. KG.

Bjarne Egedal

Jens Feilberg

Uffe Thustrup

(Sign.)

— — —  
Udskriftens rigtighed bekræftes

P.j.v. Sø- og Handelsretten, den 19. oktober 2004

