



CW foto Christian Wangberg
Fløterhakan 23
1920 Sørumsand

Patentstyret
Postboks 4883 Nydalen
0422 Oslo

Sørumsand 27. mai 2018

Tilsvar mot innsigelse varemerkeregistrering nr. 295307/ REF OP2018/00108

Som meddelt skriftlig til Patentstyret 8. mai 2018 har jeg dessverre ikke mottatt innsigelsen datert 15. mars 2018. Derfor har ikke tilsvaret kommet innenfor opprinnelig frist. Jeg har fått utsatt frist av saksbehandler hos Patentstyret på en måned til å komme med tilsvar mot innsigelsen fremmet av ACAPO AS på vegne av Cewe Stiftung & Co KGaA.

Jeg takker for velvilje hos Patentstyret og at jeg gis muligheten til å besvare innsigelsen.

Innledningsvis vil jeg si at Patentstyret har gitt meg en meget god rådgivning underveis i søknadsprosessen. Etter min oppfatning har Patentstyret også foretatt en grundig vurdering i denne saken.

Ett eksempel: Ved første gangs innlevering av søknad, ble søknaden ikke registrert da et annet firma innenfor telekommunikasjon hadde beskyttet bruken av bokstavene C&W og dermed var det forvekslingsfare. Dette er en oppfatning jeg deler med Patentstyret. Rettighetshaver sendte begjæring om frivillig sletting til Patentstyret. Etter dette ble søknaden til CW foto registrert av Patentstyret 5. desember 2017.

Jeg tar avstand fra de påstander som rettes i innsigelsen fremmet av ACAPO AS på vegne av Cewe Stiftung & Co KGaA.

Kort oppsummert:

- Sett ut i fra forbrukers side bør de **enkelt kunne skille registrerte varemerker**. Skrivemåte og figurmerke er tydelig ulike.
- Sett ut i fra forbrukers side bør det være **enkelt å skille de ulike produktene og tjenestene**:
 - Undertegnede arbeider som fotograf (skaper åndsverk for en begrenset kundekrets)
 - Innsiger selger fotoprodukter (driver eksemplarframstilling i storskala).
- På bakgrunn av dette er det ikke sannsynlig at forbruker vil oppleve at CW fotos registrerte varemerke er gjenstand for forvekslingsfare, og/eller strider mot andres rettigheter og/eller at det er foretatt en urimelig utnyttelse av andre varemerkes særpreg.

Oppsummeringen begrunnes kort i punktene under:

GJØR NÆRING AV HOBBYEN



Christian Wangberg fra Sørumsand står bak det nyetablerte firmaet CW Foto.

SØRUMSAND: I 20 år har foto vært Christian Wangbergs store hobby. Nå har han tatt steget og startet egen foto-bedrift.

I sommer startet Christian Wangberg fra Sørumsand opp sin egen fotobedrift, CW Foto. Etter å ha hatt foto som hobby i 20 år, satte Wangberg drømmen om egen bedrift ut i livet i sommer. Da Sørumsand-karen har fulltidsjobb ved siden av, utføres fotooppdragene på kveldstid og i helger.

– Jeg har lenge hatt lyst til å jobbe profesjonelt med hobbyen min. I sommer bestemte jeg meg. Noen ganger må man tørre å miste lønnet litt, sier Wangberg til Indre Akershus Blad.

Fotografen har spesialisert seg på miljøportretter. Målet for ethvert bilde er at det skal skille seg ut. Derfor drar han gjerne fotoobjektene ut i naturen eller til flotte steder i lokalmiljøet.

– Romerike har utrolig mange fine plasser som gir unike bilder. Jeg synes det er spesielt morsomt å fotografere barn. De gir ærlige reaksjoner og artige bilder, sier han.

CW Foto har fått en god start siden oppstarten. Wangberg er ikke i tvil om at folk er villige til å betale for flotte bilder til å henge på veggene eller dele på sosiale medier.

– I dag har alle et digital-kamera som dokumenterer øyeblikkene. Samtidig er det et ønske om å ha kvalitetsbilder og unike motiver hjemme, sier han.

• ANITA JACOBSEN
anita.jacobsen@indblad.no

I DIALOG MED AKTUELLE KJØPERE

BLAKER: Eiendomsmegler Oluf Schou har stor tro på at Sorum kommune får solgt Krogstad Miljøpark.



Krogstad Miljøpark er til salg.

Etter at Oslo kommune valgte å legge sitt biogassanlegg til Nes og det interkommunale slambehandleanlegget strandet, bestemte Sorum kommune seg for å selge eiendommen Krogstad Miljøpark i Blaker.

Fortsett er det ikke gjennomført et salg, men eiendomsmegler Oluf Schou i Realia er i dialog med interesserte kjøpere.

– Det er noen få akter som er reelt interessert i å kjøpe området. Akkurat nå sitter interesserte i tenkeboksen. Eiendommen skal utvikles og det er et tungt løft for

eventuelle kjøpere, sier Schou til Indre Akershus Blad.

– Hvor god tid har dere på dere til å få et salg? – Vi stresser ikke. Kommunen jobber fortsatt med noen rammebetingelser som det er viktig for kjøper å avklare. Dette går blant annet på vann og avløp til området. Jeg er imidlertid helt sikker på at vi skal få solgt området, sier Schou.

• ANITA JACOBSEN
anita.jacobsen@indblad.no

SENNERUDVEIEN - 18/20

Høy standard - meget barnevennlig - gasspeis - egen garasje

Sennerudveien 18 og 20, 1920 Sørumsand
PRISANTYDNING: Fra kr. 3.795.000,-
SELGER: 3-Eleventhus AS
OMKOSTNINGER: Lave omk. ca. 23 000,-
EIERFORM: Selveier
FELLESUTGIFTER: Ca. kr. 400,-
P-ROM/BRÅ: 137 m² / 146 m²
VISNING: Torsdag 26. september kl. 18-19



SOLGÅRD II - ENEBOLIG

Høy standard - meget barnevennlig - gasspeis - egen garasje

Solgårdvegen 1-3, 1920 Sørumsand
PRISANTYDNING: Fra kr. 3.795.000,-
SELGER: 3-Eleventhus AS
OVERTAKELSE: 3. KVARTAL 2013
OMKOSTNINGER: Lave omk. ca. 23 000,-
BYGGÅR: 2012/13
EIERFORM: Selveier
FELLESUTGIFTER: Ca. kr. 400,-
P-ROM/BRÅ: 141 m² / 146 m²



TRÆVAREN - SØRUMSAND

3 selveiere i Sørumsand sentrum - høy standard - gasspeis - P-hus

Sørumsandveien 68, 1920 Sørumsand
PRISANTYDNING: Fra kr. 2.320.000,-
+ PARKERINGSPLASS I P-HUS
SELGER: Sørumsand Trævarerfabrik AS
OVERTAKELSE: 1. KVARTAL 2014
OMKOSTNINGER: Lave omk. ca. 23 000,-
BYGGÅR: 2013
EIERFORM: Selveier
FELLESUTGIFTER: Ca. kr. 950,-
P-ROM/BRÅ: 50 m² / 160 m² / 127 m²
VISNING: Torsdag 26. september kl. 18-19



SØRUMSAND - ARENA

12 flotte leiligheter, 10 er solgt - høy standard - gasspeis - P-hus

Solgårdvegen 2-14, 1920 Sørumsand
PRISANTYDNING: Fra kr. 3.795.000,-
SELGER: Råhøgsliden Prosjekt AS
OVERTAKELSE: 2. KVARTAL 2013
OMKOSTNINGER: Lave omk. ca. 23 000,-
BYGGÅR: 2012/13
EIERFORM: Selveier
FELLESUTGIFTER: Ca. kr. 950,-
P-ROM/BRÅ: 50 m² / 127 m² / 153 m²
GARASJEPASS OG HØY STANDARD!
VISNING: Torsdag 26. september kl. 18-19



- Boligstandard TEK 10 med balansert ventilasjonsanlegg og energisertifikat
- Høy isolasjonsevne
- 3 lags vinduer
- Opplegg for gassfyring og elektrisk gulvvarme på bad, teknisk rom og entré
- Gasspeis

- Fibro Trebø med 15 års garanti på badetrom
- Vegghengte toaletter
- Kjøkkeninnredning med takhøy overskap
- Høyskap for komfyr og microbølgeovn
- Inntil kr. 10.000,- i hvitvarer
- Komplette sentralstøvsugeranlegg

Sudrheimgruppen
WWW.SUDRHEIMGRUPPEN.NO

EXACT
Kunnskap og erfaring siden 1932

OPPDAGSANSVARLIG:
Audun Torgan 90 11 84 79 / 63 94 74 90

Adelung Torgan & Partners AS
www.exact.no

Se også våre nettsider:
trevarerbolig.no | sorumsand-arena.no
solgardbolig.no



1. Bakgrunn

Konklusjon: CW foto er en allerede innarbeidet merkevare.

CW foto Christian Wangberg ble registrert i Enhetsregisteret 18.06.2013 under næringskoden 74.200 Fotografvirksomhet og som ENK. Bedriften er MVA-registrert.

CW foto tar portrettbilder (barn, konfirmant, bryllup) og miljøportretter for bedrifter. Bedriften tilbyr i et begrenset omfang fotokurs på Sørumsand og selger fotokunst i nummererte opplag.

Innsiger er registrert under andre næringskoder.

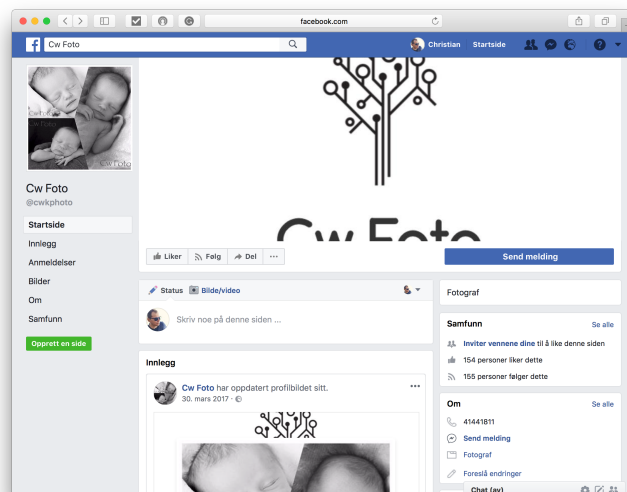
Det kom ingen innsigelser da jeg registrerte navnet i 2013. Domenet cwfoto.no var også ledig. Domenenavn og navnet CW foto har vært aktivt i bruk siden 2013. På min nettside fremkommer hele navnet, CW foto Christian Wangberg, under menypunktet «om».

Etter min kunnskap er det kun i senere tid CEWE Norge aktivt har begynt å bruke sitt navn på det norske markedet. Tidligere har det primært vært markedsført under andre merkevarer, for eksempel Japan Photo, Elkjøp etc.

Omtale i Indre Akershus Blad 25. september 2013 som dokumenterer bruk av varemerket CW foto.

Orgnr.	Navn
918816933	CW FOTO CAMILLA WILHELMINE KLEPPE
912086860	CW FOTO CHRISTIAN WANGBERG

Skjerm bilde 05. april 2017 som viser bakgrunnen for varemerkeregistreringen.



Skjerm bilde 9. mai 2018 som viser klar navnlighet mellom Cw foto og Cw Foto.

Siden man kan oppnå varemerkebeskyttelse gjennom bruk, ble det ikke søkt om varemerkebeskyttelse i 2013.

Men i 2017 ble dette temaet aktuelt for meg: I 2017 ble det registrert et firmanavn i Brønnøysundregistrene påfallende likt mitt etablerte selskap (se skjerm bilde over).

Derfor ble det naturlig å søke om varemerkebeskyttelse, da dette er enklere å dokumentere enn gjennom bruk, dersom samme situasjon skulle oppstå senere. Dette var etter en klar anbefaling av Patentstyrets rådgivere som jeg var i kontakt med i 2017. Det konkurrerende firmanavnet er nå slettet fra Brønnøysundregistrene, men fortsatt ikke på sosiale medier. Dette viser viktigheten av å beskytte sitt varemerke når det oppstår så klare forvekslingfarer som skjerm bildene over dokumenter.

2. Tjenestelikhhet

Konklusjon: CW foto skaper et åndsverk gjennom fotografering for en smal kundekrets, ikke eksemplarframstilling til massemarkedet.

Vi er begge i samme bransje, med tjenestene som utføres er ulike. Etter min bransjeeerfaring gjennom fem års drift, vil en forbruker enkelt skille mellom tjenestene tilbyr:

- CW foto henvender seg i sin markeds kommunikasjon til **målgruppen som ønsker utført en tjeneste av profesjonell fotograf**. CW foto opererer i et begrenset geografisk område, primært på Romerike i Akershus fylke.
- CEWE Norge AS henvender seg i sin markeds kommunikasjon til målgruppen som ønsker **fysiske varer** av ulike fotoprodukter, der tjenesten enten bestilles på internett eller i en rekke fysiske butikker i Norge. De tilbyr ikke profesjonell fotografering.

CW foto utfører tjenester tidligere i verdikjeden. Jeg *skaper et åndsverk* gjennom fotograferingen. CEWE Norge AS utfører *eksemplarframstilling* for de som eier åndsverket.

Jeg henvender meg til målgruppen på et tidligere tidspunkt i kjøpsprosessen/verikjeden, og drar derfor ingen fordel av CEWE Norge AS' merkevareposisjon. Det er nærliggende å tro at en gjennomsnittsfbruker

eventuelt vil benytte seg av CEWE NORGE AS' tjenester som å bestille et fotokrus, album, mobildeksel eller kalender etc senere i verdikjeden/kjøpsprosessen.

Jeg synes heller ikke man skal undervurdere «gjennomsnittsfbrukeren» evner slik som innsiger gjør. Sagt på en enkel måte:

Etter min erfaring vet en forbruker om de trenger en fotograf for å ta et bilde, eller om de trenger en leverandør for å lage en kopi av et bilde de allerede har.

Dessuten, skal en forbruker få en tjeneste utført av en profesjonell fotograf, skjer ikke dette tilfeldig:

Punkt 1: Man må legge til grunn at en gjennomsnittsfbruker bruker digitale søkemotorer for å finne produkter og orientere seg i tjenestetilbudet. Trenger en forbruker en fotograf, er det nærliggende å tro at de søker etter «fotograf og stedsnavn». Trenger man et fotoprodukt, finner fotobruker dette ved å søke etter «fotobok, forstørrelse av bilder, fotodeksel til mobil» etc. Allerede i søkeresultatet vil tjenestene differensiere seg.

Punkt 2: Deretter må forbrukeren bevisst ta kontakt med fotografen med sin henvendelse. De må inngå timeavtale for fotografering og en ha en dialog i forkant. Tjenesten utføres ved fysisk fremmøte innenfor et begrenset geografisk område.

Dermed mener jeg at det vanskelig kan hevdes at det er en forvekslingsfare, siden å benytte fotograf krever et bevisst valg hos forbruker.

CW fotos merkevare ønsker heller **ikke å bli assosiert med fotoproduktene som CEWE Norge AS tilbyr** for konsumentmarkedet. For meg er det **heller en ulempe** om jeg skulle bli assosiert med en merkevare som har volumproduksjon av ulike fotoprodukter.

Jeg utfører kun eksemplarframstilling for de kunder som har vært hos meg til fotografering. Som det heter i min markeds kommunikasjon:

For meg betyr kopiene like mye som selve fotografiet. Fra mine dager i mørkerom, var en god kopi halve jobben. I dag foregår mye av magien i det digitale mørkerom. Men det tradisjonelle veggbildet er fortsatt like viktig. Det er det som skal henge på veggen i generasjoner, glede deg hver gang du ser på det. Jeg overlater ikke denne jobben til noen andre, enn til meg selv. Derfor lager jeg alle kopier selv på egen storformatskriver - <https://www.cwfoto.no/priser-og-muligheter/>

3. Navnelikhet

Konklusjon: Det er ulik skrivemåte og ulik bokstavlengde. Ordene jeg bruker i mitt figurmerke er en naturlig del av norsk dagligtale.

CW foto er en forkortelse for Christian Wangberg fotografi. Et firmanavn på 26 bokstaver er langt å kommunisere, ikke minst som et domeneneavn; www.christianwangbergfotografi.no Derfor ble *Christian Wangberg* forkortet til initialene *C og W* og *fotografi* til *foto* i 2013.

Den eneste likheten mellom oss er at vi begge har bokstavene C og W i navnet vårt, men bokstavkombinasjonen er ulik. CW er initialene til Christian Wangberg og således naturlig svært naturlig å benytte. Som registreringen i Brønnøysund, domenet og registreringen hos Patentstyret viser, benytter jeg ikke bokstavkombinasjonen CW alene, det er alltid i sammen med ordet foto.

Skrivemåten mellom *CW foto* og *CEWE* har en markant forskjell og man bør anta at gjennomsnittsfbrukeren klarer å skille mellom de to bedriftene når det skrives på ulike måter. Skrevet som nettadresser, www.cwfoto.no og eksempelvis cewe.no eller cewefotobok.no tydeliggjør ulikheten i praksis.

Ordet *foto* er et generisk begrep og brukt i norsk dagligtale. Den fonetiske ordlyden av C-W, uttales på lik måte som C-V (forkortelse for curriculum vitae). Dette er et norsk dagligdags ord som står omtalt i

Bokmålsordboka og Nynorskordboka og således en uttale som er vanlig. Etter min oppfatning er det vanlige norske ord og forkortelser som benyttes i mitt navn, også uttale, og dermed noe man ikke kan varemerkebeskytte alene. Det samme er ordet fotobok som inndigner argumenter for. Dette er heller ikke et ord man kan eie alene.

4. Likhet mellom kjennetegn

Konklusjon: Det er tydelig forskjell mellom kjennetegn.

Som nevnt i punkt 3. er bokstavene CW initialene til undertegnede. Initialene har en større skriftstørrelse for å kommunisere undertegnede som en personlig merkevare. Det generiske ordet «foto» er med for å rettlegge forbrukeren hvilken tjeneste firmaet tilbyr. Et stilisert kamera er plassert i bunn av logo for å understreke fotografvirksomheten.

Grunnformen og hovedblikkfanget er ulik. CW foto bruker **sirkelform** som innramming, CEWE bruker en **kvadratisk** form.

Fargen rød er det en av verdens mest populære farger og vanskelig alene å ta eierskap på. Rød henspiller til fargepsykologien som kraftfull, glød og kjærlighet. Dette er forankret i CW fotos verdier.

Bruken av hvit skrift er designmessing begrunnet for å gi optimal kontrast og lesbarhet mellom bakgrunn og skrift.

Bakgrunnen i CW fotos logo har en gradering fra rød til mørkerød, samt **et firkantet mønster** for å gi særpreg.

Det er også et **typografisk skille**: CW foto bruker to **ulike skifttyper og størrelser**, med og uten seriffer, mens CEWE Norge AS bruker skriveskrifter i samme skriftstørrelse. CW består av to bokstaver, CEWE består av fire bokstaver.

I sum gir dette min logoen et tydelig særpreg som merke og skiller seg tydelig fra innsigers merke.

5. Sameksistens

Konklusjon: CW foto og CEWE har samarbeidet siden 2017 uten at navn og merkevare har vært gjenstand for diskusjon eller problematisering.

Avslutningsvis vil jeg gjøre Patentstyret oppmerksom på at CEWE Norge AS og CW foto har samarbeidet siden sommer/høst 2017.

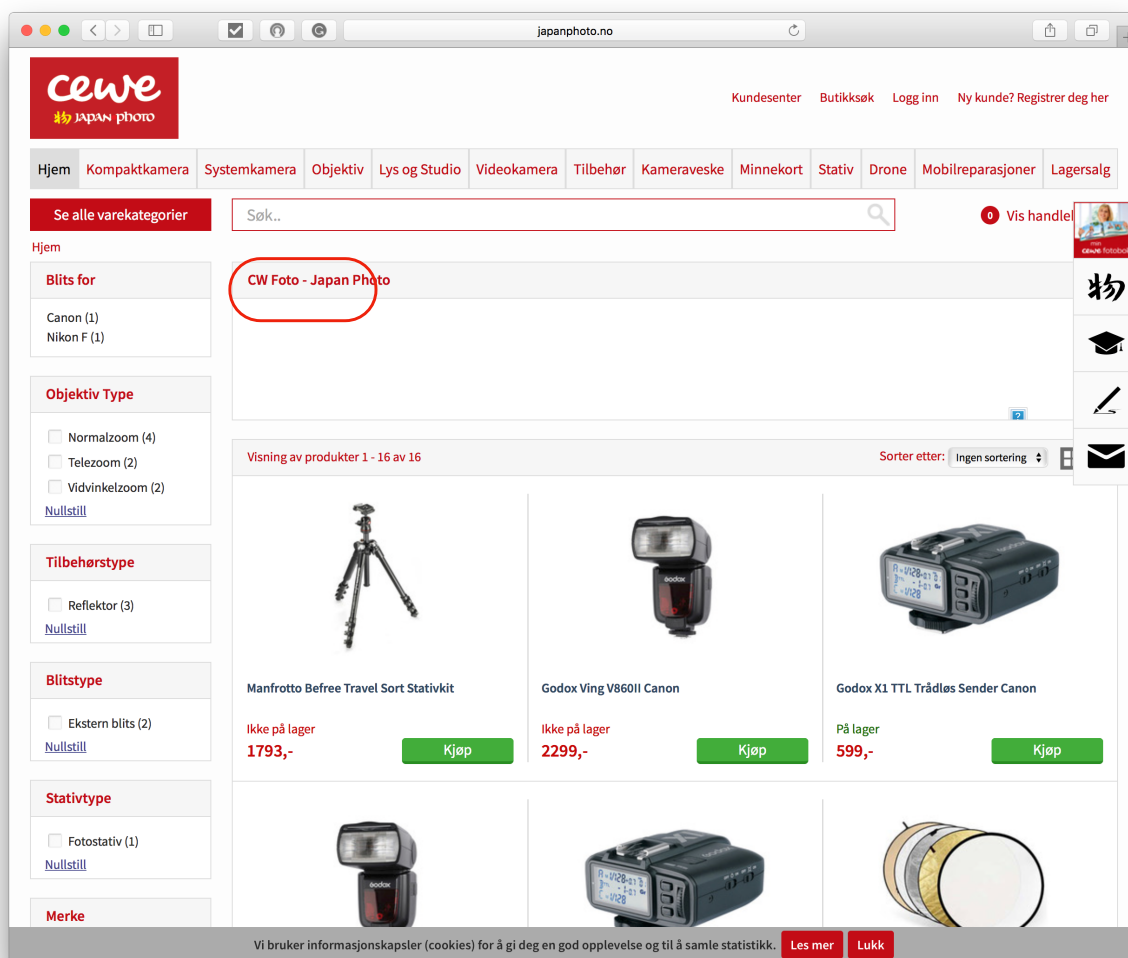
Samarbeidet går ut på at jeg henviser mine fotokurs-kunder (<http://www.cwfoto.no/fotokurs/>) til innsiger (<https://www.japanphoto.no/cwfoto>). Her får kursdeltakerne mulighet til å kjøpe rabatterte kameraprodukter. Både i rabattkoden utformet av innsiger, i nettadressen til Japan Photo og på selve nettsiden brukes, benyttes det mitt varemerke, CW foto. Jeg er også samarbeidspartner i ukeplan.no som også er eid av innsiger og står også omtalt på disse sidene.

For meg er dette et bevis på en god sameksistens og et eksempel på godt samarbeid gjennom bedrifter i Norge der man kan trekke positive synergier fra hverandre.

Viser også utdrag av e-post 18. august 2017 sendt fra innsiger der det ønskes ytterligere samarbeid:

6.Veggbilder er viktig hos oss – vi hadde satt pris på om du brukte lenken www.japanphoto.no/veggbilder, samt nevnte vårt aller viktigste produkt, nemlig Min CEWE Fotobok. Her kunne du kanskje laget en demo med egne bilder som du har i kurslokalet ditt ? <https://www.japanphoto.no/cewe-fotobok>

Som beskrevet i punkt 2, er dette noe jeg ikke har valgt å gå videre med, da jeg fremstiller eksemplarene mine selv. Å kunne tilby mine kunder relevant kamerautstyr finner jeg mer relevant.



Skjerm bilde 09. mai som viser hvordan rettighetshaver og innsiger har hatt et samarbeid siden 2017.

På bakgrunn av dette samarbeidet, og god kjennskap til hverandre allerede, finner jeg det derfor hele denne innsigelsen forunderlig. Det har trolig vært lagt ned mye flid (og advokattimer) å skrivebordsproblematise scenarioer, mens det i realiteten har vært et godt og spennende samarbeid mellom oss to, der vi utfyller hverandre, **til beste for gjennomsnittsforbrukeren**. På bakgrunn av dette stiller jeg meg spørrende til hvilke intensjoner som egentlig ligger bak denne innsigelsen.

6. Konsekvenser for omgjøring av vedtak

Konklusjon: Å miste retten til å bruke mitt allerede godkjente varemerke vil få store økonomiske konsekvenser.

Til slutt vil jeg si at å miste retten til å bruke mitt navn og kjennetegn vil få store økonomiske konsekvenser, dersom Patentstyret skulle velge å omgjøre sitt eget vedtak. Som et enkeltmannsforetak er fem års hardt arbeid nær uerstattelig. Jeg har brukt mye tid og ressurser på bygge merkevare rundt min person og mot kunder, nettsider, sosiale medier, skilting mm.

På bakgrunn av punktene som er beskrevet i dette brevet, anmoder jeg Patentstyret til å opprettholde sitt vedtak om at CW foto fortsatt kan beholde sin rett til bruk av varemerket i Norge innenfor de allerede godkjente klasser.

Med vennlig hilsen



Christian Wangberg
Fotograf
CW foto