



Úrskurður Hugverkastofunnar
nr. 4/2025
27. febrúar 2025

Þann 19. janúar 2023 barst Hugverkastofunni tilkynning frá Alþjóðahugverkastofnuninni (WIPO) um að Wolt



Enterprises Oy, Finnlandi eigandi alþjóðlegrar skráningar nr. 1624046 (orð- og myndmerki) hefði með síðari tilnefningu, dags. 1. desember 2022, farið fram á að skráning hans gildi hér á landi sbr. 51. gr. laga um vörumerki nr. 45/1997 (vml.). Sótt var um skráningu fyrir vörur og þjónustu í flokkum 9, 35, 36, 38, 39, 42 og 43. Merkið var birt í Hugverkatíðindum þann 15. maí 2024 fyrir eftirtaldar vörur og þjónustu:

Flokkur 9 Application software; web application software; software and applications for mobile devices; downloadable applications for mobile devices; ordering and delivery software; software for courier services; payment software; e-commerce and e-payment software; online payment software; retail software; downloadable software in the nature of a mobile application for product delivery and ordering; software for ordering of transport services; downloadable computer software application for engaging and coordinating transportation, delivery and courier services.

Flokkur 35 Advertising relating to food, retail products, groceries, restaurants, grocery stores, online ordering services, online marketplaces, retail services, and delivery and transport services; online ordering services; online ordering services in the field of restaurant take-out and delivery; retail and wholesale services of paints, cleaning, polishing, scouring and abrasive preparations, hair care preparations, dentifrices, sanitary preparations, pharmaceuticals, medical and veterinary preparations, plasters, materials for dressings, disinfectants, dietary supplements and vitamins, dietetic food and substances, food for babies, food and beverage cooking and treatment equipment, pet foods and food containers, pet shampoos and cosmetics, pet clothing, pet collars, toys for pets, leashes and brushes, household textiles, curtains for showers, carpets, rugs, mats and matting, sauna and bath equipment, gardening articles, arts, crafts and modelling equipment, yarns and threads, sewing articles, lace and embroidery, ribbons and braid, buttons, candles, bags, paper, cardboard, printed matter, horological and chronometric instruments, musical instruments, video game apparatus, games and playthings, gymnastic and sporting articles, hunting and fishing equipment, decorations for christmas trees, festive decorations, carnival playthings and party novelties; retail services relating to foodstuffs and beverages; retail services in relation to food cooking equipment; retail services relating to cosmetics; retail services relating to books and stationery; retail services relating to horticultural products; retail services relating to clothing and footwear; retail services in relation to cleaning articles; retail services in relation to toys; retail services relating to electronic apparatus and devices for household use; retail services relating to jewellery; retail services relating to sporting articles; retail services relating to furniture, lighting, household utensils, dishes [household utensils] and storage containers; online retail services relating to the aforementioned goods; retail services via global computer networks related to foodstuffs; provision of an on-line marketplace for buyers and sellers of goods and services.

Flokkur 36 Issuance of prepaid cards and tokens of value; issue of tokens, coupons and vouchers of value; issuing tokens of value in the nature of gift vouchers; financial transfers and transactions, and payment services; payment card services.

Flokkur 38 Telecommunication services; communications services; data transmission; provision of access to content, websites and portals; electronic order transmission; transmission of consumer generated reviews online.

Flokkur 39 Transportation and delivery of goods; delivery services; distribution services; delivery of food by restaurants; delivery of groceries; delivery of drinks; flower delivery; delivery of cooking equipment, cosmetics, books, stationery, horticultural products, clothing, footwear, cleaning articles and toys; delivery of electronic apparatus and devices; delivery of jewellery; delivery of sporting articles; delivery of furniture, lighting, household utensils, dishes [household utensils] and storage containers; transport and delivery of packages; courier services; courier services for the delivery packages; courier services for the delivery of goods; transport reservation; transportation logistics.



Flokkur 42 Design and development of computer hardware and software; software development, programming and implementation; software engineering; maintenance of computer software; development of computer software application solutions; development and design of mobile applications; software as a service [SaaS]; software as a service [SaaS] featuring a software for online ordering services; software as a service [SaaS] featuring a software for delivery services; software as a service [SaaS] featuring a software for food delivery services; platform as a service [PaaS]; platform as a service [PaaS] featuring a software for online ordering services; platform as a service [PaaS] featuring a software for delivery services; platform as a service [PaaS] featuring a software for food delivery services; all aforementioned services relating to food, retail products, groceries, restaurants, grocery stores, online ordering services, online marketplaces, retail services, and delivery and transport services.

Flokkur 43 Services for providing food and drink; supplying of meals for immediate consumption; takeaway food services.

Með erindi, dags. 10. júlí 2024, andmælti Magna lögmenn ehf. skráningu merkisins að hluta f.h. Netgengisins



ehf. (hér eftir andmælandi). Andmælin byggja á ruglingshættu við merki andmælanda (myndmerki) í flokkum 35, 39 og 43, sbr. 1. mgr. 22. gr. vml.¹

(orð- og

Andmælin ásamt greiðslu gjalds bárust innan tilskilins frests og teljast lögmæt. Meðan á meðferð málsins stóð lagði eigandi jafnframt inn eina greinargerð. Með erindi Hugverkastofunnar, dags. 17. september 2024, var aðilum tilkynnt að gagnaöflun væri lokið og úrskurðað yrði í málinu á grundvelli fyrirbyggjandi gagna.²

Niðurstaða

Lagagrundvöllur

Samkvæmt 1. mgr. 22. gr. vml. er heimilt, innan tveggja mánaða frá birtingu, að andmæla skráningu vörumerkis, félagamerkis og ábyrgðar- og gæðamerkis. Þá segir í 2. mgr. ákvæðisins að andmæli skulu uppfylla þær kröfur sem koma fram í reglugerð um vörumerki. Í reglugerð um umsóknir og skráningu vörumerkja, félagamerkja og ábyrgðar- og gæðamerkja nr. 850/2020 með síðari breytingum (rgl.) segir m.a. í 26. gr. að andmæli skulu vera skrifleg og hafa að geyma grundvöll andmælanna, þ.m.t. tilvísun til þeirra lagaákvæða sem andmælin byggja á, til hvaða flokka og/eða vöru þjónustu andmælin taka ásamt því á hvaða eldri réttindum andmælin byggja, ef við á. Uppfylli andmæli ekki tilgreind skilyrði reglugerðar, skal andmælanda veittur stuttur frestur til lagfæringa, sbr. 2. mgr. 26. gr. rgl.

Í erindi andmælanda, dags. 10. júlí 2024, er varðandi lagagrundvöll aðeins vísað til 1. mgr. 22. gr. vml. Eigandi gerir athugasemdir við þetta í erindi sínu dags. 17. september 2024 og gagnrýnir að stofnunin hafi, í erindi til WIPO, lagfært þennan formgalla að eigin frumkvæði. Tekið er þó fram að skilja hafi mátt andmælin sem svo að þau tækju til ruglingshættu í skilningi 1. tl. 14. gr. vml.

Réttilega er á það bent að í andmælum var ekki vísað til ákvæðis 1. tl. 14. gr. vml. varðandi ruglingshættu. Í erindi andmælanda, dags. 10. júlí 2024, er aftur á móti gerð ítarleg grein fyrir andmælunum og ráða má af orðalagi þess, eins og eigandi nefnir, að byggt sé sjónarmiðum vörumerkjalaga um ruglingshættu. Um það vísar andmælandi til að mynda til orðalags 4. gr. laganna sem fjallar um einkarétt eiganda vörumerkis á notkun þess og rétt til að banna öðrum notkun „ef hætt er við ruglingi“. Slíkur ruglingur er ávallt metinn út frá sjónarmiðum 1. tl. 14. gr. laganna og er það því mat Hugverkastofunnar að málalíbúnaði andmælanda hafi verið gerð

¹ Í andmælum var ekki vísað til ákvæðis 1. tl. 14. gr. vml. með beinum hætti en ráða má af orðalagi erindisins að byggt sé á ákvæðinu.

² Greinargerðir málsaðila fylgja úrskurði við birtingu á www.hugverk.is. Sé um að ræða fylgiskjöl með greinargerðum er unnt að fá aðgang að þeim í samræmi við upplýsingalög nr. 140/2012.



nægjanleg skil í andmælum í skilningi 1. mgr. 22. gr. vml. Rétt hefði þó verið að veita andmælanda stuttan frest til lagfæringar á þessu atriði, sbr. 5. mgr. 26. gr. rgl. og tekur stofnunin að því leyti athugasemdir eiganda til greina.

Vörumerkjaréttur á grundvelli notkunar, sbr. 2. tl. 1. mgr. 3. gr. vml.

Áður en leyst verður úr því álitaefni hvort ruglingshætta sé til staðar með merki eiganda og merki andmælanda verður fyrst að skera úr um það hvort að andmælandi teljist hafa öðlast vörumerkjarétt á grundvelli notkunar til merkisins sem andmælin byggja á, þ.e. fyrir síðari tilnefningu hins andmæлта merkis þann 1. desember 2022.

Í 3. gr. vml. segir að til vörumerkjaréttar geti stofnast annars vegar með skráningu, sbr. 1. tl. og hins vegar með notkun, sbr. 2. tl. Í 2. mgr. 3. gr. er tekið fram að vörumerki, sem ekki uppfyllir skilyrði laganna um skráningu geti ekki öðlast vörumerkjarétt með notkun. Merki þarf því að hafa til að bera sérkenni og aðgreiningarhæfi og uppfylla önnur skilyrði 1. mgr. 13. gr. vml. og eftir atvikum 14. gr. vml., til þess að vera hæft til skráningar eða hafa öðlast sérkenni með notkun, sbr. 2. mgr. 13. gr. laganna. Í athugasemdum við 3. gr. laganna í greinargerð með frumvarpi því er varð að lögum nr. 45/1997 kemur fram að ef aðili getur sannað að hann hafi fyrstur notað ákveðið vörumerki sé vörumerkjarétturinn hans svo lengi sem notkunin á sér sannanlega stað. Þá segir í 1. mgr. 7. gr. vml. að þegar tveir eða fleiri, hver um sig, krefjast vörumerkjaréttar á auðkennum er villast megi á, gangi eldri réttur fyrir yngri. Í athugasemdum við ákvæðið í greinargerð með frumvarpinu segir enn fremur að ákvæðið eigi við hvort sem vörumerki eru skráð eða ekki.

Andmælandi byggir á því að hafa öðlast vörumerkjarétt á grundvelli notkunar til merkisins með vísan til 3. gr. vml. Við mat á því hvort vörumerkjaréttur telst hafa stofnast með notkun lítur Hugverkastofan einkum til þess í hve langan tíma notkun hefur átt sér stað, hvort hún hafi verið samfelld og hvort hún sé enn til staðar eða hafi liðið undir lok. Því lengri og samfelldari notkun sem hægt er að sýna fram á, þeim mun líklegra er að vörumerkjaréttur teljist hafa stofnast. Ekki er unnt að miða við fyrir fram ákveðinn fjölda mánaða eða ára í þessu skyni, heldur er um að ræða heildarmat á notkun þess merkis sem til skoðunar er hverju sinni.

Í 1. - 4. tl. 1. mgr. 5. gr. vml. er skilgreint hvað felst í notkun vörumerkis í atvinnustarfsemi. Með notkun í skilningi ákvæðisins er m.a. átt við að merki sé sett á vöru eða umbúðir hennar, svo sem á merkimiða, límmiða, búnað til að tryggja öryggi og sannprófa ósvikni eða annað sem hægt er að festa vörumerkið á. Einnig er átt við að vara, þjónusta eða annað sem auðkennt er með merki sé flutt inn eða út, boðið til sölu, markaðssett, markaðssetning undirbúin eða birgðum af vörunni safnað í þeim tilgangi. Loks er átt við að merki sé notað í auglýsingum eða á viðskiptaskjölum, sem viðskiptaheiti eða fyrirtækjaheiti eða sem hluti þess. Ekki er um tæmandi talningu að ræða á því hvað telst vera notkun. Ekki er heldur gerð krafa um umfang notkunar en þó er gerð krafa til þess að um raunverulega notkun sé að ræða en ekki aðeins til málamynda, sbr. dóm Hæstaréttar nr. 437/2008 (ICEAVIA) frá 6. maí 2009. Því sama hefur verið slegið föstu af hálfu Evrópuðómstólsins en í máli nr. T-409/07 (ACOPAT) kom m.a. fram að sýna þyrfti fram á raunverulega notkun (e. *genuine use*) með traustum og hlutlægum gögnum á þeim markaði sem um ræddi.

Skráð vörumerki eru eignaréttindi og þar sem ákvörðun um að fella merki úr gildi er íþyngjandi verður að gera þá kröfu til þess sem telur sig eiga eldri rétt til merkis að hann sanni þá fullyrðingu með fullnægjandi hætti og haldbærum gögnum. Sönnunarbyrðin fyrir því að til vörumerkjaréttar hafi stofnast vegna notkunar liggur því hjá þeim sem heldur þeim rétti fram, í þessu tilviki andmælanda.

Í greinargerð andmælanda frá 10. júlí 2024 kemur fram að andmælandi hafi starfað síðan árið 2011 og notist við heitið AHA í markaðs- og kynningarefni sínu. Starfsemi andmælanda felist í heimsendingu á veitingum og matvöru með pöntunum í gegnum netið. Andmælandi kveðst þjónusta um eitt hundrað veitinga- og matsölustaði með þeim hætti að neytendur panta veitingar í gegnum vefsíðuna www.aha.is sem síðar eru sóttar eða sendar neytendum af starfsfólki AHA. Andmælandi kveðst hafa fengið auglýsingastofu árið 2016 til að hanna nýtt merki fyrir starfsemina sem hafi verið í notkun síðan þá. Merkið sé ljósblár hringur með hvítum



stöfum skrifuðum með tengiskrift, lágstöfum og tiltekinni leturtegund með ávölum stöfum.

Andmælandi byggir þ.a.l. á því að hafa öðlast vörumerkjavernd á grundvelli notkunar hér á landi fyrir umrætt merki fyrir umsóknardag, þ.e. síðari tilnefningardag, hins andmæлта merkis fyrir þjónustu í flokkum 35, 39 og 42. Andmælandi gerir hins vegar ekki nánar grein fyrir því um hvaða þjónustu ræðir í greindum flokkum. Þrátt fyrir þá vankanta má ráða af orðalagi greinargerðar andmælanda að starfsemin felist fyrst og fremst í heimsendingu á veitingum og matvöru auk þess sem framlögð notkunargögn bera það einnig með sér.



Andmælandi vísar í erindi sínu til síðari (yngri) skráningar sinnar, sbr. skráningu nr. V0130407 (orð- og myndmerki).³ Ljóst er að ekki er unnt að byggja á þeirri skráningu þar sem hún kemur til síðar en hið andmæлта merki, enda með umsóknardag þann 9. maí 2023. Verður ekki annað ráðið af greinargerð andmælanda eða nánar tiltekið á framlögðum gögnum að á því sé byggt að til vörumerkjaréttar hafi hins vegar



stofnast fyrir orð- og myndmerkið fyrir það tímamark, eða allt frá árinu 2011, á grundvelli notkunar. Hins vegar, þar sem rökstuðning skortir varðandi það fyrir hvaða vörur og þjónustu merkið hafi verið notað bendir Hugverkastofan á að ekki er hægt að byggja á vöru- og þjónustulista skráningar nr. V0130407 heldur er einungis unnt að líta til þeirrar notkunar sem framlögð gögn geta staðfest.

Andmælandi leggur nánar tiltekið eftirfarandi gögn fram máli sínu til stuðnings:

Fylgiskjal nr. 1: Frétt af vefnum www.veitingageirinn.is undir fyrirsögninni „Fyrsta drónasendingakerfi í þéttbýli tekið í notkun af Aha“. Í fréttinni má sjá ljósmyndir af bifreið og dróna merktu með orð- og myndmerki Aha. Í umfjöllun kemur m.a. fram að veitingar og vörur í heimsendingapöntunum frá AHA séu í dreifingu með drónum. Dags. 23. ágúst 2017.

Fylgiskjal nr. 2: Frétt af vefnum www.mbl.is undir fyrirsögninni „Drónar flytja veitingar yfir Elliðaárvog“. Í fréttinni má sjá ljósmynd af orð- og myndmerki Aha, ásamt textanum VEITINGAR sem merkingu á glugga á atvinnuhúsnæði. Í umfjöllun kemur m.a. fram að netverslunin AHA stundi heimsendingaþjónustu á veitingum og vörum með drónum. Dags. 24. ágúst 2017.

Fylgiskjal nr. 3: Frétt af erlenda vefnum www.euronews.com undir fyrirsögninni „Watch: Pie in the sky? Iceland embraces growing drone delivery service“. Í fréttinni má sjá ljósmynd af dróna merktum með orð- og myndmerki Aha. Í umfjöllun kemur m.a. fram að drónarnir séu notaðir til að flytja matvörur til neytenda. Dags. 24. september 2018.

Fylgiskjal nr. 4: Frétt af vef Viðskiptablaðsins, www.vb.is, undir fyrirsögninni „Yfir 95% heimsendinga á rafmagnsbílum“. Í fréttinni má sjá ljósmynd af bifreið merktu með orð- og myndmerki Aha, ásamt textanum „Pantaðu heim“. Í umfjöllun segir m.a. að hægt sé að fá heimsendingu frá Aha á pöntunum á vörum og frá veitingastöðum frá yfir 100 sölustöðum um allt höfuðborgarsvæðið. Dags. 8. maí 2018.

Fylgiskjal nr. 5: Frétt úr Morgunblaðinu undir fyrirsögninni „Flygildi koma með vörurnar heim“. Í fréttinni má sjá ljósmynd þar sem orð- og myndmerki Aha kemur fyrir í lágri upplausn. Í umfjöllun kemur m.a. fram að Aha.is fari ekki troðnar slóðir þegar kemur að heimsendingu á mat, fatnaði og fleiri vörum. Dags. 2. mars 2019.

Fylgiskjal nr. 6: Frétt úr Morgunblaðinu undir fyrirsögninni „Allt að 400% aukning á pöntunum hjá Aha.is“. Í fréttinni má sjá ljósmynd þar sem orð- og myndmerki Aha kemur fyrir í lágri upplausn. Í umfjöllun kemur m.a. fram að fyrirtækið sjái um að keyra veitingar, matvöru og aðrar vörur heim til fólks fyrir hin ýmsu fyrirtæki. Einnig kemur fram að Aha.is sjái alfarið um netverslun og heimkeyrslu fyrir Nettó. Dags. 19. mars 2020.

³ Skráð fyrir auglýsingastarfsemi; auglýsingar í póstpöntunum í flokki 35, flutningar; pökkun og geymsla vöru; útkeyrsla; útkeyrsla veitinga í flokki 39 og veitingaþjónusta í flokki 43 þann 15. ágúst 2023.



Fylgiskjal nr. 7: Frétt af vef Iðunnar fræðsluseturs, www.idan.is, undir fyrirsögninni „Iðan fræðslusetur fór á vettvang og ræddi við Gísla Rafnsson drónaflugmann hjá Aha“. Í fréttinni má sjá skjáskot af upptöku þar sem sjá má bifreið merktu með orð- og myndmerki Aha. Í umfjöllun kemur m.a. fram að Aha.is sé markaðstorg á netinu fyrir verslanir og veitingastaði. Dags. 22. september 2022.

Það er mat Hugverkastofunnar, með vísan til ofangreinds, að það megi ráða af framlögðum gögnum að merkið sem andmælandi byggir rétt sinn á hafi verið notað í almennri umfjöllun í ólíkum miðlum og auglýsingum, yfir nokkurt tímabil frá árinu 2017 og beint til íslenskra neytanda sem tiltekið auðkenni eða viðskiptaheiti andmælanda fyrir heimsendingaþjónustu á matvöru. Það er því mat Hugverkastofunnar að andmælandi hafi



öðlast vörumerkjarétt til merkisins (orð- og myndmerki) fyrir síðari tilnefningu hins andmæлта merkis þann 1. desember 2022 fyrir þjónustutilgreininguna *útkeyrsla matvöru og veitinga* í flokki 39. Hugverkastofan fellst aftur á móti ekki á það að sýnt hafi verið fram á notkun merkisins fyrir aðrar tilgreiningar í flokki 39 né þjónustu í flokkum 35 og 42, líkt og andmælandi virðist byggja á, en andmælandi verður sjálfur að bera hallann af því að rökstuðning skortir fyrir hvaða vörur/þjónustu merkið hefur verið notað. Þá ber að geta þess að merkið uppfyllir að mati Hugverkastofunnar skilyrði vörumerkjalaga um sérkenni og aðgreiningarhæfi fyrir þær vörur sem notkunin nær til.

Ruglingshætta, sbr. 1. tl. 14. gr. vml.

Meginhlutverk vörumerkja er að greina vörur og þjónustu eins aðila frá vörum og þjónustu annarra, sbr. 2. tl. 2. gr. vml. Í 2. tl. 4. gr. laganna kemur enn fremur fram að í einkarétti til vörumerkis felist að eigandi þess geti bannað þriðja aðila að nota í atvinnustarfsemi og í tengslum við vörur og þjónustu, án leyfis, tákn sem er eins eða líkt vörumerkinu og er notað fyrir sömu eða svipaðar vörur og þjónustu og vörumerkjarétturinn nær til ef hætt er við ruglingi, þ.m.t. að tengsl séu með merkjunum.

Samkvæmt 1. tl. 14. gr. vml. skal ekki skrá vörumerki í vörumerkjaskrá ef hætt er við ruglingi með merkinu og vörumerki sem skráð hefur verið hér á landi eða hefur verið notað hér þegar umsókn um skráningu er lögð inn og er enn notað hér. Það sem einkum skiptir máli við mat á því hvort ruglingshætta er talin vera fyrir hendi er hvort sjón-, hljóð-, merkingar- og vöru- og/eða þjónustulíking er til staðar. Heildstætt mat á þessum þáttum fer fram út frá sjónarhóli neytenda og þeirri staðreynd að hinn almenni neytandi hefur yfirleitt eingöngu annað merkið fyrir augum hverju sinni. Það sem úrslitum ræður er hvort heildarmynd merkja er talin vera eins eða svo lík að ætla megi að ruglingur geti átt sér stað.⁴ Þá er almennt talið að því ólíkari sem merki eru, þeim mun skyldari eða svipaðri megi vörur eða þjónusta vera og öfugt.

Meginreglan við mat á ruglingshættu er sú að líta skuli til heildarmyndar merkja en ákveðin sjónarmið koma til skoðunar við matið, svo sem hvort einhver hluti merkis sé veikur eða lýsandi og hvort og þá hvaða þættir merkis séu meira áberandi en aðrir, sbr. til dæmis dóm Evrópudómstólsins í máli C-251/95 *Sabel BV gegn Puma AG*. Í þeim dómi var enn fremur tekið fram að sú staðreynd að merki væru hugmyndalega lík væri ekki nægjanlegt eitt og sér til þess að ákvarða að ruglingshætta væri til staðar.⁵

Merki þau sem um ræðir í máli þessu eru:

⁴ Dómur Evrópudómstólsins, mál nr. C-251/95, *Sabel* gegn *Puma*, 16. mgr.

⁵ Sami dómur, 25. mgr., þar sem segir: „... the mere fact that the two marks are conceptually similar is not sufficient to give rise to a likelihood of confusion“.



 Alþjóðleg skráning nr. 1624046	
Hið andmælt merki	Merki andmælanda

Hið andmælt merki er orð- og myndmerki sem felur í sér orðhlutann *Wolt* ritaðan með líttillega stílfærðu hvítu lettri á ljósbláum hringlaga grunni. Orðið hefur enga þekkta merkingu skv. orðabókum en e.t.v. kann að vera um að ræða hugrenningartengsl við orðið *volt*, sem er borið eins fram, sem samkvæmt íslenskri orðabók sem finna má á *Snöru veforðasafni* stendur fyrir mælieiningu á spennu rafstraums.⁶ Orð- og myndmerkið í heild sinni hefur enga þekkta merkingu í tengslum við *útkeyrslu á matvöru og veitingum* og hefur þar af leiðandi sérkenni að mati stofnunarinnar.

Merki andmælanda er jafnframt orð- og myndmerki og felur í sér orðhlutann *aha* í líttillega stílfærðu lettri á bláum hringlaga grunni. Orðið *aha* hefur þýðingu samkvæmt íslenskri orðabók sem finna má í *Snöru veforðasafni* sem upphrópun sem lýsir uppgötvun, skilningi eða staðfestingu e-s sem grunað var.⁷ Orð- og myndmerkið í heild sinni hefur enga þekkta merkingu í tengslum við umræddar vörur- og þjónustu og hefur þar af leiðandi sérkenni að mati stofnunarinnar.

Hvað sjónlíkingu merkjanna varðar eiga merkin það sameiginlegt að þau mynda bæði bláan hring með orðum, mislöngum og alls ólíkum þó, rituðum með hvítum bókstöfum í líttillega stílfærðri tengiskrift fyrir miðju hringjanna. Hinn blái hringur í merki eiganda er ljósblár/himniblár en liturinn er dekkri í merki andmælanda. Þar sem hringur er skilgreindur sem einfalt grunnform verður ekki talið að um afgerandi þátt merkjanna sé að ræða hvað varðar sérkenni og aðgreiningarhæfi þeirra og er sjónlíking merkjanna því takmörkuð hvað myndhlutana varðar og engin hvað orðhlutana varðar. Þá er það almennt viðurkennt sjónarmið í vörumerkjarétti að þegar merki innihalda bæði orð- og myndhluta að orðhluti hafi meira vægi en myndhluti sökum þess að hinn almenni neytandi muni líklega vísa til vara/þjónustu með því að segja orðið/in í merkinu frekar en að lýsa myndhlutanum.⁸ Orðhlutar merkjanna, sem að mati stofnunarinnar eru ráðandi og sérkennandi þættir þeirra, eru afar ólíkir. Orðhluti hins andmælt merkis *Wolt* telur alls fjóra bókstafi og hefst á stóru W-i auk þess sem orðið bæði hefst og endar á samhljóða. Orðhluti merkis andmælanda, *aha*, telur alls þrjá stafi og orðið bæði hefst og endar á sérhljóða. Orðhlutarnir eiga enga bókstafi sameiginlega og telur stofnunin þ.a.l. að hljóðlíking milli merkjanna sé engin. Þá hafa orðhlutarnir ólíka og alls ótengda merkingu og er merkingarlíking því jafnframt engin.

Niðurstaða stofnunarinnar með vísan til alls framangreinds er að merkjalíking sé ekki til staðar á milli merkjanna. Þegar af þeirri ástæðu þykir ekki tilefni til að fjalla um mögulega vörulíkingu merkjanna.

Annað

Í andmælum er vísað í 4. gr. vml. í heild sinni auk þess sem í greinargerð andmælanda kemur fram að vörumerki hans sé mjög vel þekkt hér á landi. Ekki er þó rökstutt frekar að hvaða leyti ákvæðið um viðtækari vernd er talið

⁶ Sjá á <https://snara.is/> Síðast sótt 17. febrúar 2025.

⁷ Sjá á <https://snara.is/> Síðast sótt 17. febrúar 2025.

⁸ Sbr. m.a. dómur Evrópudómstólsins í máli nr. T-312/03 (SELENIUM-ACE/SELENIUM SPEZIAL A-C-E), 37. mgr.



eiga við í málinu og verður það því ekki tekið til nánari skoðunar. Þá er í greinargerð andmælanda stuttlega vikið að neikvæðri fjölmiðlaumfjöllun í garð eiganda og að slík umfjöllun sé til þess fallin að valda andmælanda tjóni vegna líkinda merkjanna. Hugverkastofan bendir vegna þessa á að stofnunin tekur aðeins afstöðu til atriða sem varða vörumerkjarétt, þ.e. umfang vörumerkjaréttar út frá notkun eða skráningum í vörumerkjaskrá og umfangi þeirra réttinda.

Samantekt

Með vísan til alls framangreinds er það mat Hugverkastofunnar að heildarmynd hins andmæлта merkis og merkis andamælanda sé ekki það lík að ruglingshætta sé til staðar sbr. 1. tl. 14. gr. vml. og eru andmælin því ekki tekin til greina.

Úrskurðarorð



Skráning merkisins (orð- og myndmerki), alþjóðleg skráning nr. 1624046, skal halda gildi sínu.

f.h. Hugverkastofunnar

Sif Steingrímsdóttir
Lögfræðingur

Vakin er athygli á því að skv. 1. mgr. 63. gr. laga um vörumerki geta aðilar máls áfrýjað ákvörðun Hugverkastofunnar **innan tveggja mánaða frá dagsetningu úrskurðarins** til áfrýjunarnefndar hugverkaréttinda á sviði iðnaðar. Áfrýjunargjald samkvæmt gildandi reglugerð um gjöld fyrir einkaleyfi, vörumerki, hönnun o.fl. greiðist háskóla-, iðnaðar- og nýsköpunarráðuneyti við áfrýjun. Vinnist mál hjá áfrýjunarnefnd er hluti áfrýjunargjalds endurgreitt.

Hugverkastofan
Engjateigi 3
105 Reykjavík

Reykjavík, 10. júlí 2024

**Efni: Andmæli vegna skráningar vörumerkisins WOLT,
Umsóknarnúmer V0129098.**

Til mín hefur leitað Netgengið ehf. og falið mér að koma á framfæri eftirfarandi andmælum við skráningu vörumerkisins WOLT, umsóknarnúmer V0129098, sem birt var í hugverkatíðindum 15. maí 2024. Andmæli umbj. míns ná til skráningu vörumerkisins í þjónustuflokkum 35, 39 og 43, sbr. 1. mgr. 22. gr. laga um vörumerki nr. 45/1997.

Umbj. minn hóf starfsemi árið 2011 og rekur m.a. vefsíðuna www.aha.is og í gegnum hana sölu á vöru og þjónustu. Þrátt fyrir firmaheiti umbj. míns, Netgengið ehf., er umbj. minn þekktur sem AHA og hefur notað það heiti í sínu markaðs- og kynningarefni. Umbj. minn er brautryðjandi hér á landi í heimsendingu á veitingum og matvöru með pöntunum gegnum netið. Umbj. minn þjónustar um eitt hundrað veitinga- og matsölustaði með þeim hætti að neytendur panta veitingar gegnum vefsíðu umbj. míns og eru þær sóttar og sendar neytendunum heim af starfsfólki AHA.

Árið 2016 fékk umbj. minn auglýsingastofuna Árnasynir (nú Vorar auglýsingastofa) til að hanna nýtt merki fyrir starfseminu. Í kjölfarið hóf umbj. minn að nota nýtt merki samkvæmt hönnun stofnunnar, sbr. meðfylgjandi dæmi. Merkið er ljósblár hringur með hvítum stöfum skrifuðum með tengiskrift, lágstöfum og tiltekinni leturtegund, ávölum stöfum. Umbj. minn hefur notað vörumerkið allar götur frá árinu 2016. Rétt þykir að benda á að umbj. minn sótti um skráningu vörumerkisins til Hugverkastofu hinn 9. maí 2023, umsóknarnúmer V0130407. Birtingardagur í hugverkatíðindum var 15. júní 2024.

Samkvæmt 3. gr. laga nr. 45/1997, getur vörumerkjaréttur stofnast bæði með skráningu og fyrir notkun vörumerkis hér á landi fyrir vöru og þjónustu. Í 4. gr. laganna kemur fram að eigandi vörumerkis öðlist einkarétt á notkun þess. Í því felist réttur hans til að banna þriðja aðila að nota í atvinnustarfsemi og í tengslum við vörur og þjónustu, án leyfis, tákn sem er eins og vörumerkið og er notað fyrir

MAGNA

sömu vörur og þjónustu, eins og eða líkt vörumerkinu og er notað fyrir sömu eða svipaðar vörur og þjónustu og vörumerkjarétturinn nær til ef hætt er við ruglingi, þ.m.t. að tengsl séu með merkjunum, eða eins og eða líkt vörumerkinu og er notað, án réttmætrar ástæðu, fyrir sömu, svipaðar eða ólíkar vörur og þjónustu ef vörumerkið telst vel þekkt hér á landi og notkunin hefur í för með sér misnotkun eða rýrir aðgreiningareiginleika eða orðspor hins þekkta merkis.

Umbj. minn telur að vörumerki hans, sem hann hefur notað í starfsemi sinni í mörg ár, sé mjög vel þekkt hér á landi. Óumdeilt er að vörumerki umbjóðanda míns og vörumerkis WOLT eru mjög lík og notuð fyrir sömu eða a.m.k. mjög svipaða þjónustu en ljóst er að þjónustustarfsemi WOLT er í beinni samkeppni við rekstur umbj. míns. Að mati umbj. míns er því verulega hætt við því að það valdi ruglingi á milli vörumerkjanna og jafnvel að það séu talin vera tengsl milli vörumerkjanna.

Umbj. mínum þykir auk framangreinds rétt að benda á að undanfarið hefur talsverð umfjöllun verið í fjölmiðlum um starfsemi WOLT hér á landi og þá hefur lögfræðingur hjá Alþýðusambandi Íslands m.a. lýst því yfir að það hafi rökstuddan grun um að WOLT sé að greiða lakari laun en sem lög og kjarasamningar kveða á um. Með hliðsjón af hinni neikvæðu fjölmiðlaumfjöllun og í ljósi líkinda vörumerkjanna er það mat umbj. míns að áframhaldandi notkun WOLT á merkinu sé til þess fallin að fela í sér misnotkun og rýra aðgreiningareiginleika og orðspor hins þekkta merkis umbj. míns og þar af leiðandi til þess fallið að valda umbj. mínum tjóni.

Samkvæmt öllu framansögðu byggir umbj. minn á því að hann hafi öðlast vörumerkjavernd á grundvelli notkunar hér á landi fyrir þjónustu í flokkum 35, 39 og 42 skv. 2. tölul. 1. mgr. 3. gr. laga nr. 45/1997 sem gangi framar yngri rétti WOLT, sbr. 1. mgr. 7. gr. sömu laga. Á þeim grundvelli fer umbj. minn fram á að umrædd vörumerkjaskráning WOLT, umsóknarnúmer V0129098, verði felld úr gildi.

Virðingarfyllst,
f.h. Netgengisins ehf.



Áslaug Benediktsdóttir lögmaður,
f.h. Gunnars Inga Jóhannssonar hrl.



V0129098

Wolt

Tegund:

Orð- og myndmerki

Gerð:

Vörumerki

MP númer:

1624046

Staða:

Birt

Upplýsingar hjá WIPO:

[Madrid Monitor](#)



Upplýsingar

Alþjóðlegur skráningardagur:

20.05.2021

Dagsetning síðari tilnefningar:

1.12.2022

Birtingardagur:

15.5.2024

Andmælafréttur:

15.7.2024

Myndflokkun:

26.01.01, 26.01.03, 26.01.18, 26.01.24, 27.05.01, 27.05.05, 27.05.24, 29.01.04, 29.01.06

Merkið er í lit:

Já

Eigandi

Nafn:

Heimilisfang:



Technology products

- 9 Application software; web application software; software and applications for mobile devices; downloadable applications for mobile devices; ordering and delivery software; software for courier services; payment software; e-commerce and e-payment software; online payment software; retail software; downloadable software in the nature of a mobile application for product delivery and ordering; software for ordering of transport services; downloadable computer software application for engaging and coordinating transportation, delivery and courier services.
-



V0130407

aha

Tegund:

Orð- og myndmerki

Gerð:

Vörumerki

Staða:

Birt



Upplýsingar

Umsóknardagur:	Birtingardagur:	Andmælafrestur:	Umsóknarnúmer:
9.5.2023	15.6.2024	15.8.2024	V0130407

Myndflokkun:	Merkið er í lit:
26.01.01, 26.01.03, 26.01.20, 27.05.09	Já

Eigandi

Nafn:	Heimilisfang:
Netgengið ehf.	Skeifunni 9, 108 Reykjavík

Umboðsmaður

Nafn:	Heimilisfang:
Gunnar Ingi Jóhannsson	Funafold 87, 112 Reykjavík, Íslandi



35 Auglýsingastarfsemi; auglýsingar í póstpöntunum.

39 Flutningar; pökkun og geymsla vöru; útkeyrsla; útkeyrsla veitinga.

43 Veitingaþjónusta.



FRÉTT

Fyrsta drónasendingarkerfi í þéttbýli tek notkun af Aha



Birting: 7 ár síðan þann 23.08.2017
Eftir Smári Valtýr Sæbjörnsson



Helgi Már Þórðarsson og Maron Kristófersson, stofnendur og eigendur AHA

Veitingar og vörur fljúga yfir höfuðborginni er AHA, í samstarfi við drónatæknifyrirtækið Flytrex, setur heimsins fyrsta sjálfstýrða sendingadrónakerfið í loftið.

Maron Kristófersson, annar stofnandi og eigandi AHA, segir gríðarlega aukningu hafa orðið á heimsendingapöntunum í gegnum netið undanfarna mánuði og býst hann við áframhaldandi vexti á komandi mánuðum þar sem neytendur munu m.a. geta notið þess stutta sendingartíma sem AHA getur nú boðið upp á með drónum. Í tilkynningu segir Maron;

„Við erum lengi búin að fylgjast vel með tækni fyrir sendingar og skoða nýjungar um allan heim. Þessi lausn hefur forskot á sínu sviði með skjótri, afkastamikilli og viðskiptalega raunhæfri lausn. Við vonumst til að samstarf okkar við Flytrex nái ekki bara yfir Ísland heldur einnig yfir lausnir okkar fyrir verslunarmiðstöðvar erlendis“.

Eftir ítarlegt umsóknarferli hjá Samgöngustofu fékk AHA leyfi til að hefja flug og bjóða neytendum upp á að fá veitingar og vörur frá verslunum og veitingastöðum eftir einni flugleið í höfuðborginni. Kerfið stýrir flugi drónans á milli þessara tveggja svæða sem skilin eru að af Elliðaárvogi, en með þessu dregur úr orkunotkun og þörfinni á þeim mannskap sem þarf til að senda vöruna á landi og er talið að þetta geti minnkað sendingartímann um 20 mínútur á álagstímum. Eftir ákveðinn reynslutíma og prófanir stefna AHA og Flytrex að því að senda vörur og veitingar með drónum eftir fleiri flugleiðum og að lokum beint í garðinn hjá neytendum.



Veitingar og vörur frá AHA fljúga nú yfir höfuðborgina

Yariv Bash, forstjóri og meðstofnandi Flytrex, segir að með þessari byltingarkenndu þjónustu

Drónar flytja veitingar yfir Elliðaárvog

SAMSUNG



-01:05

Stórt skref verður stigið í framþróun á drónatækni við heimsendingar í dag þegar netverslunin AHA gerist fyrst fyrirtækja á heimsvísu til þess að nota tæknina til vöruflutninga innan borgarmarka. Þessari nýjung er ætlað að auka skilvirkni í heimsendingaþjónustu, stytta sendingartímann og draga úr orkunotkun.

„Þetta er í fyrsta skipti í heiminum sem fyrirtæki flytur vörur með sjálfstýrðum drónum innanbæjar. Amazon hefur verið að gera þetta úti í sveit við Cambridge fyrir útvalda kúnna en við ætlum að bjóða neytendum upp á að fá veitingar og vörur frá verslunum og veitingastöðum,“ segir Maron Kristófersson, annar stofnandi og eigandi AHA.

Drónarnir verða tveir til að byrja með en Maron segir að stefnt sé að því að fjórfalda flotann eftir því sem á líður. Kerfið stýrir flugi drónanna á milli tveggja svæða sem skilin eru að af Elliðaárvogi. Flogið verður frá höfuðstöðvum AHA í Skútuvogi út á sjó, þá inn á Gufunesið og lent í skemmtigarðinum í Grafarvogi þar sem viðskiptavinir geta sótt vöruna en ferðin yfir voginn tekur aðeins örfáar mínútur.

„Við byrjum á að senda frá völdum fyrirtækjum og veitingastöðum í nágrenninu sem við erum í samstarfi við. Síðan byrjum við að flytja vörur og verðum með ýmsar spennandi nýjungar á næstu vikum.“



Helgi og Maron með drónann. [Árni Sæberg](#)

Öryggið í fyrirrúmi

Maron og Helgi byrjuðu að hafa samband við fyrirtæki sem auglýstu nýjungar í flutningatækni í bransanum árið 2014 og sumarið 2016 hófust viðræður við Samgöngustofu um leyfi. Eftir ítarlegt umsóknarferli hjá Samgöngustofu fékk AHA leyfi til að hefja flug.

Þeir komust að samkomulagi við ísraelska fyrirtækið Flytrex sem varð fyrir valinu vegna áherslu á flugöryggi.

„Fyrst og fremst snýst þetta um að tækið sé öruggt, við viljum ekki taka sénsa. Við völdum að vinna með Flytrex vegna þess að þeir voru ekki að einblína á drónana heldur flugöryggi og að búa til góðan búnað til þess að stýra drónunum.“

Drónarnir eru sjálfstýrðir en Maron segir að krafist sé að starfsfólkið sem stýrir kerfinu skilji til fulls hvernig það virkar. Sex starfsmenn AHA fara á vikulangt flugnámskeið sem felur meðal annars í sér þriggja daga verklega stýringu á drónunum þar sem þeir læra að bregðast við aðstæðum sem geta komið upp.

„Við erum með mjög örugga flugleið og ef eitthvað fer úrskeiðis eru stjarnfræðilega litlar líkur á að það verði slys á fólki. Við hittum á fullt af veggjum í ferlinu sem var eðlilegt að væru til staðar en náðum á endanum að búa til ásættanlegan pakka þar sem er búið að taka á flugöryggismálum.“

Aðeins tímaspursmál

Maron segir mikilvægt að taka snemma þátt í þessari þróun vegna þess að fyrir smáan markað sem vekur litla athygli stórfyrirtækja sé hættu á því að vera aftarlega á merinni. Hann segir tímaspursmál hvenær heimsendingarnar ná upp að dyrum.

„Spurningin er hvort að það verði eftir eitt ár, þrjú ár eða fimm ár. Eins og staðan er í dag myndi ég ekki vilja vera ábyrgur fyrir því fljúga yfir garða fólks og láta pakkann síga niður en þegar við erum búin að fara nokkur þúsund ferðir er hægt að skoða næstu skref.“

Fáðu fréttabréf

Netfang

Daglegt fréttabréf Morgunblaðsins



Árni Sæberg

 [\(/\)](#)

(#)

(#)

Watch: Pie in the sky? Iceland embraces growing drone delivery service





Copyright Associated Press

By Euronews (<https://twitter.com/euronews>)

Published on 24/09/2018 - 18:04 GMT+2 • Updated 21:29



Share this article



Comments (#vuukle-comments-548220)

Is it a bird? Is it a plane? No, it's a burger!

euronews.

ADVERTISEMENT



About half of Iceland's capital can now receive orders of various fast foods from the air using drones dispatched by one of the country's biggest e-commerce businesses, Aha.

And within five years, the company hopes that they will have enough drones to serve the rest of Reykjavik.

"We're always waiting for the flying car, but the drone deliveries with food and other products will take cars off the street," says Aha operations director, Kristofer Mar Maronsson.



The machines operate from 11 a.m. until 8 p.m. along 13 designated flight paths, from which they can deviate by up to 700 metres.

They are used to transport bagged food orders to customers, which Aha collects from a retail point. The flying process is largely automated, but the drone can still be controlled by an operator if needed.

Yfir 95% heimsendinga á rafmagnsbílum

Aha.is keypti 10 rafmagnsbíla sem skutlast með veitingar og vörur heim til viðskiptavina eða á vinnustaði.



Helgi Már Þórðarson og Maron Kristófersson eru eigendur AHA.

Ljósmynd: Aðsend mynd

Helgi Már Þórðarson, annar stofnenda aha.is segir að fyrirtækið sendi nú yfir 95% af pöntunum fyrirtækisins á rafmagnsbílum í stað bensínbíla. „Við erum að fækka bílum á götunum,“ segir Helgi.

„Við tökum til dæmis oft 4-8 pantanir úr matvöruverslunum í hverri ferð og spörum þannig jafnmargar ferðir í búðina fyrir viðskiptavini. Hver bíll getur tekið 30 ferðir á dag.“ Hægt er að fá heimsent um allt höfuðborgarsvæðið

Viðskiptablaðið

Nýjar verslanir og veitingastaðir bætast við nánast vikulega inn á aha.is en sem dæmi má nefna að á síðustu vikum er búið að opna Hamborgarafabrikkuna, Sportís, Dressmann og Casa.

Sparar tíma að fá vörur heim

Helgi segir að fólk sé sífellt betur að sjá hversu mikinn tíma það sparar með því að fá vörur og veitingar sent heim. Það hafi til dæmis sýnt sig þegar aha.is hóf samstarf við Nettó síðastliðið haust en margir nýti sér þjónustuna, bæði einstaklingar og fyrirtæki.

„Eins pantar fjöldi fyrirtækja veitingar fyrir starfsfólk í hádeginu og það góða við að þegar starfsfólkið borðar saman skapast betri stemning á vinnustaðnum,“ segir Helgi. „Þá missa fyrirtækin ekki starfsfólkið út úr húsi en sum þeirra fyrirframpanta hjá okkur á föstudögum mat fyrir alla næstu viku.“

Keyptu 10 rafmagnsbíla

Síðasta haust keypti fyrirtækið 10 Renault ZOE rafmagnsbíla og hraðhleðslustöðvar sem settar voru upp í höfuðstöðvum aha.is. Helgi segir bílana hagkvæma í rekstri og smellpassa inn í umhverfisstefnu fyrirtækisins.

„Við sjáum ekki fram á annað en að héðan í frá verði eingöngu keyptir rafmagnsbílar. Það skiptir okkur máli að þjónustan sé umhverfisbætandi og viðskiptavinir okkar eru greinilega á sama máli.“

Um Aha.is

Aha.is er markaðstorg fyrir verslanir og veitingastaði á netinu. Á heimasíðu aha er hægt að kaupa og fá heimsent á 90 mínútum beint frá yfir 100 sölustöðum sem eru staðsettir um allt höfuðborgarsvæðið.



Flygildi koma með vörurnar heim



Maron Kristófersson fylgist með drónasendingu fara af stað. Ljósmynd/Þón Póll Vilhelmsson

Aha.is fer ekki troðnar slóðir þegar kemur að heimsendingum á mat, fatnaði og fleiri vörum.

Með umhverfissjónarmið að leiðarljósi eru vörurnar ýmist keyrðar á áfangastað í rafmagnsbílum eða sendar með drónum á fyrirfram ákveðnum flugleiðum.

Í dag er hægt að fá sendingar með dróna ef veður leyfir, að því er fram kemur í umfjöllun um þessa þjónustu í Morgunblaðinu í dag.

Til að bæta þjónustuna eru nýir og fullkomnari drónar væntanlegir. Maron Kristófersson, forstjóri Aha.is, segist leggja metnað í að finna betri leiðir fyrir íslenskar netverslanir til að keppa við erlendar.

Fáðu fréttabréf

Netfang

Daglegt fréttabréf Morgunblaðsins

Allt að 400% aukning á pöntunum hjá Aha.is



Maron ásamt sendingu frá Aha.is sem send var með dróna í fyrra. Jón Páll Vilhelmsson

3-400% aukning hefur orðið á pöntunum hjá fyrirtækinu Aha.is á síðustu þremur vikum en fyrirtækið sér um að keyra veitingar, matvöru og aðrar vörur heim til fólks fyrir hin ýmsu fyrirtæki.

Starfsfólk Aha.is var því farið að finna fyrir auknu álagi áður en samkomubann tók gildi síðastliðinn mánudag.

„Þetta var farið að hafa veruleg áhrif hjá okkur fyrir samkomubannið. Það má segja að við höfum eiginlega verið á fullu síðan fyrsta smitið greindist hérlendis hinn 28. febrúar. Við höfum verið að auka við á öllum sviðum síðan þá þannig að við höfum bæði fjölgað bílstjórum allverulega og stækkað netþjónana hjá okkur og svo framvegis,“ segir Maron Kristófersson, framkvæmdastjóri Aha.is.

Samhliða því að fást við þessa gríðarlegu aukningu á pöntunum hefur Aha.is farið að vinna út frá sinni eigin viðbragðsáætlun vegna COVID-19.

„Við vorum tilbúnir með viðbragðsáætlun við COVID-19 fimm dögum áður en fyrsta smitið greindist á Íslandi. Síðan erum við búin að uppfæra hana fimm sex sinnum og bæta við og herða á í hvert skipti. Þetta eru orðnar allt að sextíu vinnueiningar, bílstjórnarnir eru hver sín vinnueining og allir starfsmenn sem geta vinna heiman frá sér þannig að það er ekkert auðvelt að takast á við svona gríðarlega stækkun samtímis á svona stuttum tíma,“ segir Maron.

Netverslanir í Bretlandi hafa hrunið

Hann hefur fylgst vel með netverslun í Evrópu og bendir Maron á að í Bretlandi séu flestar netverslanir lokaðar eða hafa hrunið vegna álags og mikil töf sé á sendingum.

„Svo þeir sem eru að standa í þessu hérna heima eru að vinna algjört þrekvirki í að láta þetta ganga upp. Maður er svo ótrúlega þakklátur fyrir það hvað þetta er frábært samstarfsfólk sem maður vinnur með. Mér finnst við hafa lært alveg ótrúlega mikið á síðustu vikum og hafa lagað mjög mikið í ferlunum til þess að takast á við þessa stækkun.“

Mest er fólk að panta frá Nettó, en Aha.is sér alfarið um netverslun og heimkeyrslu fyrir Nettó.

„Það hefur líka verið mikið um pantanir hjá veitingastöðum og ég vil hvetja fólk til þess að styðja við sína veitingastaði í þessu því það eru ekki auðveldir tímar hjá þeim og þeir eru að gera sitt besta til þess að mæta fólki,” segir Maron.

Fáðu fréttabréf

Netfang

Daglegt fréttabréf Morgunblaðsins

Íðan fræðisúsetur fór á vettvang og ræddi við Gísla Ráfnsson drónaflugmann hjá Aha

22.09.2022 14:03



Fyrirtækið Aha.is er markaðsstorg á netinu sem hefur notið mikilla vinsælda. Sér í lagi í kjölfar Covid-19 heimsfaraldursins. Verslanir og veitingastaðir geta boðið upp á vörur og veitingar án þess að leggja í þróunarvinnu eða bygja upp tækniþekkingu. Fyrirtækið var stofnað af vinunum Helga Mía Þorðarsyni og Maroni Kristóferssyni í mars árið 2011.

[Hafa samband](#)

Hugverkastofan
Katrínartúni 4
105 Reykjavík

Reykjavík, 14. ágúst 2024
Tilvísanir HVS: 202308-10513, 4.3

Efni: Andmæli gegn skráningu vörumerkisins WOLT (orð- og myndmerki), IR 1624046

GH Intellectual Property (GHIP) gætir hagsmuna Wolt Enterprises Oy (hér eftir vísað til sem „Wolt“ eða „umbjóðandi okkar“), Arkadiankatu 6, FI-00100 Helsinki, Finnlandi. Umbjóðandi



okkar á skráð alþjóðlega vörumerkið, nr. IR 1624046, en merkið var samþykkt til skráningar á Íslandi af Hugverkastofunni og birt í Hugverkatíðindum þann 15. maí 2024. Merkið er skráð fyrir nánar tilgreindar vörur og þjónustu í flokkum 9, 35, 36, 38, 39, 42 og 43. Í greinargerð andmælanda kemur fram að andmælin nái til tilgreindrar þjónustu í flokkum 35, 39 og 43.

Þann 12. júlí 2024 var umbjóðanda okkar tilkynnt að borist hefðu andmæli gegn skráningu merkisins á Íslandi frá Netgenginu ehf., (hér eftir „andmælandi“). Með tölvupósti Hugverkastofunnar til GHIP, dags. 30. júlí 2024, barst afrit af greinargerð andmælanda. Var umbjóðanda okkar veittur frestur til 12. október 2024 til að koma á framfæri athugasemdum sínum. Hér á eftir fara athugasemdir umbjóðanda okkar og sjónarmið í tengslum við fram komin andmæli.

I.

Umbjóðandi okkar er félag sem var stofnað í Finnlandi árið 2014. Starfsemi felst fyrst og fremst í heimsendingu á vörum af ýmsu tagi, meðal annars frá veitingastöðum, matvöruverslunum, blómaverslunum, fataverslunum og ýmsum öðrum fyrirtækjum. Frá árinu 2014 hefur umbjóðandi okkar fært út kvíarnar og hafið starfsemi í fjölda landa innan Evrópu, til dæmis í Svíþjóð, Danmörku, Noregi, Lettlandi, Litháen, Eistlandi, Þýskalandi og Austurríki. Þá starfrækir umbjóðandi okkar útibú utan Evrópu, til dæmis í Japan og Kazakhstan. Umbjóðandi okkar hóf starfsemi hér á landi snemma árs 2023.

II.

Í greinargerð andmælanda er einungis vísað til ákvæðis 1. mgr. 22. gr. laga nr. 45/1997 um vörumerki (hér eftir vörumerkjalög) sem grundvöll andmælanna, en umrætt lagaákvæði fjallar um heimild til andmæla. Í 2. mgr. 22. gr. vörumerkjalaga kemur fram að andmæli skuli uppfylla þær kröfur sem fram koma í reglugerð um vörumerki og ef formkröfur eru ekki uppfylltar skuli

andmælanda veittur frestur til lagfæringar en að öðrum kosti skuli vísa andmælum frá. Í 26. gr. reglugerðar nr. 850/2020 um umsóknir og skráningu vörumerkja, félagamerkja og ábyrgðar- og gæðamerkja, með síðari breytingum, koma fram þau formskilyrði sem andmæli skulu uppfylla. Í 3. tl. 4. mgr. 26. gr. reglugerðarinnar segir að andmæli skuli hafa að geyma grundvöll andmælanna, þ.m.t. tilvísun til þeirra lagaákvæða sem andmælin byggja á.

Umbjóðandi okkar fær ekki séð að framangreint formskilyrði sé uppfyllt í greinargerð andmælanda og telur nauðsynlegt að gera athugasemd þar um. Þrátt fyrir að svo virðist sem skilja meg andmælin á þann hátt að grundvöllur þeirra sé meint ruglingshætta, þá er ljóst að nauðsynlegt hefði verið að vísa til viðeigandi lagaákvæða í því sambandi en á það skortir alfarið. Í tilkynningu Hugverkastofunnar til WIPO þar sem tilkynnt er um andmælin virðist sem stofnunin sjálf hafi bætt úr þessum formannmarka af hálfu andmælanda, með því að bæta við tilvísun til 1. tl. 1. mgr. 14. gr. vörumerkjalaga. Umbjóðandi okkar gerir athugasemd við þessa málsmeðferð, enda ljóst að andmælin eru lögð inn í nafni hæstaréttarlögmanns og lögmannsstofu hans, sem hefði átt að vera fullfær um að uppfylla tilgreind formsskilyrði.

Burtséð frá framangreindu verður hér fjallað um meinta ruglingshættu út frá 1. mgr. 14. gr. laganna.

III.

Samkvæmt 1. tl. 1. mgr. 14. gr. vörumerkjalaga skal ekki skrá vörumerki í vörumerkjaskrá, nema með samþykki viðkomandi réttihafa, ef hætt er við ruglingi á merkinu og vörumerki sem skráð hefur verið hér á landi eða hefur verið notað hér þegar umsókn um skráningu er lögð inn og er enn notað hér.

Þegar metið er hvort bein ruglingshætta sé milli tveggja merkja er annars vegar litið til þess hvort merkjalíking sé með merkjunum og hins vegar hvort vöru- eða þjónustulíking sé með merkjunum. Mat að þessu leyti er heildstætt og er almenna reglan sú að þeim mun líkari sem merki eru, því minni kröfur eru gerðar til vöru- eða þjónustulíkingar og öfugt, sbr. úrskurð dómstóls Evrópusambandsins í máli nr. C-342/97, en þar segir í 19. mgr.:

„That global assessment implies some interdependence between the relevant factors and in particular a similarity between the trademarks between the goods and services covered. Accordingly, a lesser degree of similarity between those goods and services may be offset by a greater degree of similarity between the marks, and vice versa.”

Merkin sem andmælandi vísar til eru annars vegar umsókn um skráningu vörumerkisins



V0130407 í eigu andmælanda, , orð- og myndmerki. Merkið var birt þann 15. júní 2024, en umsóknardagur merkisins var 9. maí 2023. Dagsetning síðari tilnefningar hins andmælda merkis samkvæmt vörumerkjaskrá Hugverkastofunnar er 1. desember 2022 og birtingardagur merkisins þann 15. maí 2024. Samkvæmt 2. mgr. 7. gr. vörumerkjalaga hefst vernd skráðs vörumerkis á umsóknardegi og því ljóst að hið andmælda merki telst sem eldri réttur í skilningi vörumerkjalaga. Þegar af þeirri ástæðu getur andmælandi ekki byggt andmæli þessi á framangreindri umsókn.

Andmælandi heldur því enn fremur fram að stofnast hafi til vörumerkjaréttar yfir vörumerkinu



á grundvelli notkunar, sbr. 3. gr. vörumerkjalaga. Að mati umbjóðanda okkar skortir alfarið á rökstuðning af hálfu andmælanda um að slík réttindi hafi stofnast. Engin umfjöllun er um á hvaða hátt merkið hefur verið notað hér á landi, fyrir hvers konar vörur og/eða þjónustu, engin heimfærsla til ákvæðis 5. gr. vörumerkjalaga og engin tilraun gerð til að rökstyðja á hvaða hátt meint notkun á að hafa stofnað til vörumerkjaréttar í þeim flokkum sem andmælin beinast gegn, þ.e. flokkum 35, 39 og 43. Með andmælunum fylgja nokkrar blaðsíður af fjölmiðlaumfjöllun um starfsemi andmælanda, en ekki er vikið að umræddum fylgiskjöllum á neinn hátt í greinargerðinni sjálfri eða nokkur tilraun gerð til þess að fjalla um og rökstyðja á hvaða hátt umrædd gögn sýni fram á að til vörumerkjaréttar hafi raunverulega stofnast. Umbjóðandi okkar telur því að andmælandi hafi ekki sýnt fram á hann eigi vörumerkjarétt á grundvelli notkunar í skilningi 3. gr. vörumerkjalaga.

Hvað sem því líður mun umbjóðandi okkar fjalla um meinta ruglingshættu án þess að í því felist nokkur viðurkenning eða staðfesting af hálfu umbjóðanda okkar að andmælandi eigi í raun vörumerkjarétt á framangreindu vörumerki á grundvelli notkunar.

Merkin sem um ræðir í máli þessu eru eftirfarandi:

Hið andmæлта merki	Merki andmælanda
	

Merkjalíking

Í báðum tilvikum er um að ræða orð- og myndmerki. Hið andmæлта merki samanstendur af orðhlutanum WOLT sem er í hvítu stílfærðu lettri og myndhluta sem er hringur í skærbláum lit. Merki andmælanda samanstendur af orðhlutanum AHA í hvítu stílfærðu lettri og myndhluta sem er hringur í nokkuð dökkbláum lit. Að mati umbjóðanda okkar er engin sjónlíking á milli orðhluta hins andmæлта merkis WOLT og orðhluta merkis andmælanda AHA. Orðin hafa enga sameiginlega bókstafi og einsýnt er að engin líkindi eru á milli þeirra.

Hvað varðar stílfærslu orðhlutanna telur umbjóðandi okkar að sjónlíking sé verulega takmörkuð, þó að bæði orðin séu í hvítu lettri. Orð umbjóðanda okkar byrjar á stórum staf og er bæði feitletrað og leturtegund nokkuð sérkennalaus. Orð merkis andmælanda er allt í lágstöfum í fremur mjóu lettri og með sérkennandi útfærslu á bókstafnum „h“, þ.e. með nokkurs konar lykkju á efri hluta stafsins. Þá telur umbjóðandi okkar enn fremur að sjónlíking með myndhlutum merkjanna sé takmörkuð, um er að ræða hring í ólíkum bláum litum. Hringur telst til grunnforms og sem hefur samkvæmt framkvæmd skráningaryfirvalda verið talinn skorta sérkenni.¹ Myndhluti merkjanna skortir því sérkenni og fengist ekki skráður einn og sér.

¹ Í þessu sambandi er gagnlegt að líta til þeirra krafna sem gerðar eru til vörumerkja um sérkenni og aðgreiningarhæfi, en um þetta er fjallað í 13. gr. vörumerkjalaga. Í frumvarpi því er varð að

Orðhluti beggja merkja verður að telja sérkennandi fyrir bæði merkin, enda ekki lýsandi fyrir þær vörur/þjónustu sem um ræðir. Orðhluti merkjanna telst því sterkari hluti þeirra og mun fremur til þess fallinn að fanga athygli neytenda. Þá hefur í dómum Evrópudómstólsins komið fram að almennt sé líklegra þegar um orð- og myndmerki er að ræða að neytendur leggi orð eða orðhluta fremur á minnið en myndræna hluta og vísi til hans/þeirra fremur en útlits merkis.² Heilt yfir telur umbjóðandi okkar sjónlíkingu því vera mjög takmarkaða.

Hvað hljóðlíkingu varðar telur umbjóðandi okkar einsýnt að hún sé ekki til staðar. Eðli máls samkvæmt nær samanburður á hljóðlíkingu aðeins til orðhluta merkja. Orðið í merki umbjóðanda okkar er eitt atkvæði og er borið fram sem „volt“. Orð í merki andmælanda er hins vegar tvö atkvæði og er borið fram eins og það er skrifað, „aha“. Engir bókstafir eru sameiginlegir í orðhlutum merkjanna og framburður þeirra alls ólíkur. Þá hefst merki umbjóðanda okkar og endar á samhljóða, á meðan merki andmælanda bæði hefst og endar á sérhljóða. Orðin eru eins ólík og hugsast getur og því augljóst að hljóðlíking er ekki til staðar.

Orðhluti merkis umbjóðanda okkar, WOLT, er tilbúið orð sem finnst ekki í orðabókum tungumála nálægra landa. Samkvæmt veforðabók Snöru er merking orðsins AHA sú að lýsa uppgötvun skilningi eða staðfestingu einhvers sem grunað var. Merkingarlíking er því engin.

Sá munur sem er á milli merkjanna getur ekki dulist hinum almenna neytanda, sem er í meðallagi upplýstur, eftirtektarsamur og varkár, og gerir honum vafalaust kleift að greina þjónustu umbjóðanda okkar frá þjónustu andmælanda og átta sig á því að ekki séu tengsl á milli merkjanna.

Að öllu framangreindu virtu er ljóst að heildaryfirbragð hins andmæлта merkis er afar frábrugðið merki andmælanda og merkjalíking að hans mati svo lítil með merkjunum að hún geti alls ekki réttlætt að fallist verði á andmælin með vísan til ákvæðis 1. mgr. 14. vörumerkjalaga.

Vöru- og þjónustulíking

Andmælin ná til eftirfarandi þjónustu hins andmæлта merkis:

- Flokkur 35: Advertising relating to food, retail products, groceries, restaurants, grocery stores, online ordering services, online marketplaces, retail services, and delivery and transport services; online ordering services; online ordering services in the field of restaurant take-out and delivery; retail and wholesale services of paints, cleaning, polishing, scouring and abrasive preparations, hair care preparations, dentifrices, sanitary preparations, pharmaceuticals, medical and veterinary preparations, plasters, materials for dressings, disinfectants, dietary supplements and vitamins, dietetic food and substances, food for babies, food and beverage cooking and treatment equipment, pet foods and food containers, pet shampoos and cosmetics, pet clothing, pet collars, toys for pets, leashes and brushes, household textiles, curtains for showers, carpets, rugs, mats and matting, sauna and bath equipment, gardening articles, arts,

vörumerkjalögum segir í athugasemdum við 13. gr. að einfaldar myndir teljist ekki vera til þess fallnar að gefa vörunni sérkenni í huga almennings án þess að nánar sé tilgreint hvað teljist vera einfaldar myndir. Af fyrri úrlausnum skráningaryfirvalda má ráða að merki sem eingöngu byggir á ósamsettu hreinu grunnformi, t.d. einföldum hring, falli undir að vera einfaldar myndir í skilningi frumvarpsins og því ekki skráningarhæf.

² Sjá m.a. Dóm Evrópudómstólsins í máli nr. T-205/06 NewSoft Tehnology, 53. mgr.

crafts and modelling equipment, yarns and threads, sewing articles, lace and embroidery, ribbons and braid, buttons, candles, bags, paper, cardboard, printed matter, horological and chronometric instruments, musical instruments, video game apparatus, games and playthings, gymnastic and sporting articles, hunting and fishing equipment, decorations for christmas trees, festive decorations, carnival playthings and party novelties; retail services relating to foodstuffs and beverages; retail services in relation to food cooking equipment; retail services relating to cosmetics; retail services relating to books and stationery; retail services relating to horticultural products; retail services relating to clothing and footwear; retail services in relation to cleaning articles; retail services in relation to toys; retail services relating to electronic apparatus and devices for household use; retail services relating to jewellery; retail services relating to sporting articles; retail services relating to furniture, lighting, household utensils, dishes [household utensils] and storage containers; online retail services relating to the aforementioned goods; retail services via global computer networks related to foodstuffs; provision of an on-line marketplace for buyers and sellers of goods and services.

Flokkur 39: Transportation and delivery of goods; delivery services; distribution services; delivery of food by restaurants; delivery of groceries; delivery of drinks; flower delivery; delivery of cooking equipment, cosmetics, books, stationery, horticultural products, clothing, footwear, cleaning articles and toys; delivery of electronic apparatus and devices; delivery of jewellery; delivery of sporting articles; delivery of furniture, lighting, household utensils, dishes [household utensils] and storage containers; transport and delivery of packages; courier services; courier services for the delivery packages; courier services for the delivery of goods; transport reservation; transportation logistics.

Flokkur 43: Services for providing food and drink; supplying of meals for immediate consumption; takeaway food services.

Líkt og fjallað var um hér að framan skortir alfarið á umfjöllun og rökstuðning fyrir hinum meinta vörumerkjarétti andmælanda á grundvelli notkunar, og til nákvæmlega hvaða þjónustu slíkur réttur á að ná. Umbjóðanda okkar er því ómögulegt með öllu að fjalla um meinta þjónustulíkingu á milli hins andmæлта merkis og merkis andmælanda.

Jafnvel þó að komist yrði að þeirri niðurstöðu að einhver þjónustulíking sé til staðar telur umbjóðandi okkar engu breyta um það að ruglingshætta er ekki til staðar. Eins og að framan er rakið má líkja mati á ruglingshættu milli merkja við vog þar sem eftir því sem vöru- og þjónustulíking er meiri þarf minna til að ruglingshætta sé fyrir hendi, og öfugt. Eins og fram er komið verður að telja að merkjalíking hins andmæлта merkis við merki andmælanda sé mjög takmörkuð, sbr. ofangreint. Skortur á merkjalíkingu dregur því verulega úr meintri þjónustulíkingu, verði hún talin vera til staðar.

Þegar allt framangreint er virt heildstætt, sem og sú staðreynd að það eru þau heildaráhrif sem merki skilja eftir í huga neytandans sem ráða úrslitum um hvort villast megi á merkjunum, telur umbjóðandi okkar ekki hægt að líta svo á að ruglingshætta sé fyrir hendi á milli hins andmæлта merkis og vörumerkis andmælanda.

IV.

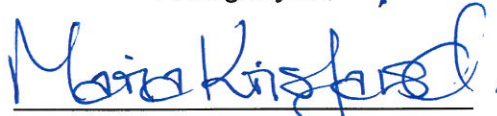
Í greinargerð andmælanda er því haldið fram að vörumerki hans sé vel þekkt hér á landi og að notkun andmælanda á hinu andmæлта merki hafi í för með sér misnotkun eða rýri aðgreiningareiginleika eða orðspor merkis andmælanda. Þessu er alfarið vísað á bug sem bæði röngu og óröktuðu með öllu. Ekki er vísað til viðeigandi lagaákvæða né neinar röksemdir eða gögn lögð fram til stuðnings umræddra fullyrðinga.

Þá er málatilbúnaði andmælanda um meinta neikvæða fjölmiðlaumfjöllun um starfsemi umbjóðanda okkar og ákúrur um greiðslu lakari launa en lög og kjarasamningar kveða á um enn fremur alfarið mótmælt sem röngum, enda um að ræða enn einn málatilbúnaðinn í greinargerð andmælanda sem er óröktuður með öllu.

V.

Með vísan til alls framangreinds gerir umbjóðandi okkar þá kröfu að andmælin verði ekki tekin til greina og skráning vörumerkisins **IR 1624046**, skuli halda gildi sínu að fullu hér á landi.

Virðingarfyllst,


María Kristjánsdóttir, lögmaður