



Rättsfallssamlingen

TRIBUNALENS DOM (åttonde avdelningen)

den 7 maj 2019*

”EU-varumärke – Ansökan om registrering som EU-varumärke av ordkännetecknet vita – Absoluta registreringshinder – Särskiljningsförmåga saknas – Beskrivande karaktär – Begreppet egenskap – Namn på en färg – Artikel 7.1 b och c i förordning (EU) 2017/1001”

I mål T-423/18,

Fissler GmbH, Idar-Oberstein (Tyskland), företrätt av G. Hasselblatt och K. Middelhoff, advokater,

klagande,

mot

Europeiska unionens immaterialrättsmyndighet (EUIPO), företräd av W. Schramek och D. Walicka, båda i egenskap av ombud,

svarande,

angående ett överklagande av det beslut som meddelades av EUIPO:s femte överklagandenämnd den 28 mars 2018 (ärende R 1326/2017–5), om en ansökan om registrering som EU-varumärke av ordkännetecknet vita,

meddelar

TRIBUNALEN (åttonde avdelningen)

sammansatt av ordföranden A.M. Collins samt domarna M. Kancheva (referent) och G. De Baere,

justitiesekreterare: E. Coulon,

med beaktande av överklagandet som inkom till tribunalens kansli den 6 juli 2018,

med beaktande av svarsskrivelsen som inkom till tribunalens kansli den 24 september 2018,

med beaktande av att en ny referent på åttonde avdelningen tilldelats målet,

med beaktande av att ingen av parterna tre veckor efter delgivningen av underrättelsen om att det skriftliga förfarandet avslutats hade inkommit med någon begäran om muntlig förhandling och av att tribunalen således, med tillämpning av artikel 106.3 i tribunalens rättegångsregler, har beslutat att avgöra målet utan att inleda den muntliga delen av förfarandet,

följande

* Rättegångsspråk: tyska.

Dom

Bakgrund till tvisten

- 1 Den 27 september 2016 ingav klaganden Fissler GmbH en ansökan om registrering av EU-varumärke till Europeiska unionens immaterialrättsmyndighet (EUIPO) i enlighet med rådets förordning (EG) nr 207/2009 av den 26 februari 2009 om EU-varumärken (EUT L 78, 2009, s. 1), i ändrad lydelse (ersatt av Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/1001 av den 14 juni 2017 om EU-varumärken (EUT L 154, 2017, s. 1)).
- 2 Det sökta varumärket, med nr 15857188, utgörs av ordkännetecknet vita.
- 3 De varor som registreringsansökan avsåg omfattas av klasserna 7, 11 och 21 i Niceöverenskommelsen om internationell klassificering av varor och tjänster vid varumärkesregistrering av den 15 juni 1957, med ändringar och tillägg, och motsvarar, för var och en av dessa klasser, följande beskrivning:
 - klass 7: ”Matberedare, elektriska; reservdelar och tillbehör till nämnda varor”.
 - klass 11: ”Elektriska tryckkokningskastruller; reservdelar och tillbehör till nämnda varor”.
 - klass 21: ”Köksredskap och behållare; kastrullset; icke-elektriska tryckkokare; reservdelar och tillbehör till nämnda varor”.
- 4 Genom beslut av den 28 april 2017 avslag granskaren ansökan om registrering av det sökta varumärket för de varor som omfattas, på grund av att det var beskrivande och saknade särskiljningsförmåga i den mening som avses i artikel 7.1 b och 7.1 c i förordning nr 207/2009 (nu artikel 7.1 b och 7.1 c i förordning 2017/1001).
- 5 Den 20 juni 2017 överklagade klaganden granskarens beslut till EUIPO med stöd av artiklarna 58–64 i förordning nr 207/2009 (nu artiklarna 66–71 i förordning nr 2017/1001).
- 6 Genom beslut av den 28 mars 2018 (nedan kallat det överklagade beslutet) avslag EUIPO:s femte överklagandenämnd överklagandet. Vad gäller omsättningskretsen fann överklagandenämnden att de varor som avsågs främst riktades till den breda allmänheten, men också delvis till en specialiserad målgrupp, till exempel kockar, och att omsättningskretsens uppmärksamhetsnivå varierade från medelhög till hög. Den tillade att eftersom det sökta varumärket var en svensk term skulle bedömningen grundas på den svenskspråkiga omsättningskretsen inom Europeiska unionen.
- 7 När det gäller frågan om det sökta varumärket var beskrivande påpekade överklagandenämnden inledningsvis att kännetecknet vita är bestämd form av ordet ”vit” på svenska. Den ansåg vidare att det, vid tillämpningen av artikel 7.1 c i förordning 2017/1001, inte var avgörande att fastställa om färgen vit var vanligt förekommande för sådana varor, utan att det var tillräckligt att dessa varor kan förekomma i vitt och att kännetecknet var beskrivande för dessa. Efter att ha påpekat att färgen vit, utan att vara den vanligaste, i vart fall var tämligen vanligt förekommande för elektroniska och icke-elektroniska (det vill säga elektriska och icke-elektriska) grytor samt för andra hushållsapparater, ansåg den att detta visade att en genomsnittskonsument skulle associera de varor som avsågs med färgen vit och att det sökta varumärket därmed var beskrivande. Överklagandenämnden konstaterade dessutom att vissa köksredskap och hushållsapparater ofta kallas ”white goods” på engelska och ”vitvaror” på svenska. Baserat på utdrag ur den webbplats som är tillgänglig på internetadressen <http://www.vitvara.nu/vad-ar-vitvaror>, konstaterades att en del av de varor som omfattas, till exempel elektriska matberedare eller tryckkokare tillsammans skulle kunna betecknas som ”vitvaror”. Den påpekade att även om så inte skulle vara fallet, eftersom det främst var stora hushållsmaskiner,

exempelvis tvättmaskiner och diskmaskiner som betecknas som ”vitvaror”, visade detta ändå tydligt att färgen vit allmänt förknippas med hushållsattiraljer. Överklagandenämnden fann därmed att det sökta varumärket var rent beskrivande.

- 8 När det, för det tredje, gäller det sökta varumärkets avsaknad av särskiljningsförmåga fann överklagandenämnden att det sökta varumärket hos omsättningskretsen uppfattades som en enkel upplysning om att det avsåg varor som fanns tillgängliga i vitt. Den slog fast att varumärket var rent beskrivande och därför saknade särskiljningsförmåga. Enligt överklagandenämnden kan alla tillverkare av matberedare och kastrullset tillverka sina varor i vitt, varför varumärket i fråga saknade förmåga att särskilja klagandens varor från andra företags varor. Vidare avfärdade överklagandenämnden klagandens hänvisning till andra varumärken som har registrerats och endast består av färger.

Parternas yrkanden

- 9 Klaganden har yrkat att tribunalen ska
- ogiltigförklara det överklagade beslutet och
 - förplikta EUIPO att ersätta rättegångskostnaderna.
- 10 EUIPO har yrkat att tribunalen ska
- ogilla överklagandet och
 - förplikta klaganden att ersätta rättegångskostnaderna.

Rättslig bedömning

- 11 Klaganden har åberopat två grunder till stöd för sin talan. Den första grunden avser ett åsidosättande av artikel 7.1 c i förordning 2017/1001 och den andra grunden avser ett åsidosättande av artikel 7.1 b i samma förordning. I sak har klaganden gjort gällande att det sökta varumärket inte är beskrivande för varorna och att det har den särskiljningsförmåga som krävs för dessa varor.

Inledande anmärkningar angående definitionen av omsättningskretsen

- 12 Inledningsvis är det lämpligt att definiera omsättningskretsen för bedömningen av båda dessa absoluta registreringshinder.
- 13 I punkterna 13–15 i det överklagade beslutet fann överklagandenämnden att genomsnittskonsumenten av varorna i fråga i första hand utgörs av ”konsumenter i allmänhet”, det vill säga den breda allmänheten, men delvis även av en specialiserad omsättningskrets, till exempel kockar, och att graden av uppmärksamhetsnivå därför varierade från medelhög till hög. Den tillade emellertid att det framgick av rättspraxis avseende relativa registreringshinder att när de varor och tjänster som avses riktar sig till både genomsnittskonsumenter och en specialiserad omsättningskrets ska den grupp som har den lägsta uppmärksamhetsnivån beaktas och att det därmed i detta fall var lämpligt att grunda sin bedömning på den breda allmänhetens uppmärksamhetsnivå. Slutligen framhöll den att även om kännetecknet riktar till en specialiserad omsättningskrets med en hög uppmärksamhetsnivå innebär inte det att dess särskiljningsförmåga ökar, eftersom det faktum att ett kännetecken är beskrivande omedelbart uppfattas av en specialiserad omsättningskrets, även om genomsnittskonsumenter inte gör det (se, för ett liknande synsätt, dom av den 11 oktober 2011, Chestnut Medical Technologies/harmoniseringskontoret (PIPELINE), T-87/10, ej publicerad, EU:T:2011:582, punkterna 27 och 28).

- 14 Det framgår i detta avseende av rättspraxis att det förhållandet att det är fråga om en specialiserad omsättningskrets inte har ett avgörande inflytande på de rättsliga kriterier som tillämpas för att bedöma huruvida ett kännetecken har särskiljningsförmåga. Det är visserligen riktigt att uppmärksamhetsnivån hos en specialiserad omsättningskrets per definition är högre än vad som gäller för en genomsnittskonsumant. Av detta följer dock inte nödvändigtvis att det räcker att kännetecknet har en lägre grad av särskiljningsförmåga när det är fråga om en specialiserad omsättningskrets. Det framgår nämligen av domstolens fasta praxis att principen om att det vid bedömningen av huruvida ett varumärke saknar särskiljningsförmåga ska tas hänsyn till det helhetsintryck som det ger, skulle kunna kullkastas om tröskeln för huruvida ett ordkännetecken har särskiljningsförmåga i allmänhet skulle bero på graden av specialisering hos omsättningskretsen (se dom av den 12 juli 2012, Smart Technologies/harmoniseringskontoret, C-311/11 P, EU:C:2012:460, punkterna 48–50 och där angiven rättspraxis). Detsamma gäller för bedömningen av frågan om ett kännetecken är beskrivande.
- 15 I förevarande fall var det således korrekt av överklagandenämnden att grunda sin bedömning på hur det sökta varumärket uppfattas av allmänheten och inte tillmäta hur det uppfattas av en specialiserad grupp, till exempel kockar, någon särskild betydelse.
- 16 Vidare angav överklagandenämnden i punkt 16 i det överklagade beslutet att enligt artikel 7.2 i förordning 2017/1001 ska ett tecken för vilket registreringshinder föreligger vägras registrering även om registreringshindret endast finns i en del av unionen. Den ansåg att, med tanke på att det sökta varumärket är ett svenskspråkigt uttryck, skulle bedömningen av huruvida det kunde registreras göras utifrån unionens svenskspråkiga allmänhet.
- 17 Utan att i detta skede av bedömningen ta ställning till frågan huruvida det sökta varumärket faktiskt uppfattas som ett svenskt uttryck kan det konstateras att de absoluta registreringshinder som åberopats av granskaren och överklagandenämnden avser det svenska språket. Den relevanta omsättningskretsen för deras bedömning har således varit unionens svenskspråkiga allmänhet, det vill säga svenska eller finska konsumenter (se, för ett liknande synsätt, dom av den 9 juli 2014, Pågen Trademark/harmoniseringskontoret (giffjar), T-520/12, ej publicerad, EU:T:2014:620, punkterna 19 och 20).

Den första grunden: Åsidosättande av artikel 7.1 c i förordning 2017/1001

- 18 Genom den första grunden har klaganden för det första gjort gällande att vid en separat användning innehåller det sökta varumärket inget uttryckligt beskrivande innehåll. Det förefaller därför osannolikt att svenska konsumenter skulle uppfatta ordet "vita" i betydelsen "vit". Klaganden har klandrat EUIPO för att inte tillräckligt ha beaktat den omständigheten att det sökta varumärket inte avser adjektivet "vit" i dess grundläggande lexikaliska mening, utan ordet "vita" taget för sig. På svenska används detta ord aldrig isolerat, utan alltid tillsammans med ett efterföljande substantiv som det avser. Vad gäller ordet "vita" taget för sig har EUIPO inte visat att det finns något förstahandsinnehåll avseende vissa egenskaper hos varorna i fråga och har inte lagt fram något bevis avseende den saken. Svenska konsumenter känner därför inte omedelbart igen ordet "vita", taget för sig, och associerar därför inte detta direkt till färgen "vit". Klaganden har vidare anfört att innebörden av "vita" inte är tydlig utan kräver en tolkning, eftersom detta ord kan avse olika omständigheter och kan ha olika betydelse på olika språk, bland annat "liv" eller "livsstil" såväl på latin som på italienska.
- 19 Klaganden har för det andra hävdade att, även utifrån den svenska konsumenten och förutsatt att ordet "vita" är förbundet med angivande av färg, det inte är riktigt att angivandet av färgen "vit" har en rent beskrivande innebörd för de berörda varorna, eftersom det ur omsättningskretsens synvinkel inte finns något tillräckligt direkt och konkret samband mellan ordet "vita" och de varor som avses med detta varumärke. Detta gäller särskilt för tryckkokningskastruller och vanliga kastruller, som nästan uteslutande är tillverkade i rostfritt stål och för vilka färgen "vitt" inte vanligen används. Dessutom kan de varor som avses inte anses vara "vitvaror", med vilket vanligen avses hushållsmaskiner som

kylskåp, frysboxar eller diskmaskiner, torkutrustning, och inte tryckkokningskastruller, vanliga kastruller eller köksskålar etcetera. Den relevanta omsättningskretsen associerar de sistnämnda med varor i rostfritt stål, utan att namnet på någon färg aktualiseras. Eftersom färgen saknar betydelse när det gäller de varor som avses och den relevanta omsättningskretsen inte associerar en beteckning på en färg med köksutrustning kan ett namn på en färg, oavsett vilken, heller inte uppfattas som utpekande av en egenskap hos dessa varor. Det är därför irrelevant att sådana varor som avses även kan förekomma i vitt, eftersom det avgörande kriteriet snarast är huruvida kännetecknet kan användas för detta ändamål och om det, enligt omsättningskretsens uppfattning, kan uppfattas som en beskrivning av en egenskap hos dessa varor.

- 20 Klaganden har således gjort gällande att den genomsnittliga svenska konsumenten inte omedelbart och utan ytterligare analys drar slutsatsen att ordet "vita" rör ett vitt köksredskap. Tvärtom måste konsumenten reflektera i flera steg, från benämningen på en färg i sig till en färg på en vara. Det framgår heller inte klart för konsumenten vilken del av varan som uppgiften om färg hänför sig till, eftersom kastruller, skålar eller hushållsmaskiner vanligtvis består av flera delar och, i vart fall, en in- och en utsida. Konsumenten kan därför inte utan närmare eftertanke och utifrån enbart en färgangivelse avgöra om de varor som avses innefattar delar som är vita, om de är helt färgade i vitt eller, till exempel, enbart insidan är vit.
- 21 För det tredje har klaganden gjort gällande att tribunalen och EUIPO vid upprepade tillfällen har ansett att uttrycket "vita" inte var beskrivande för de varor som avsetts i respektive fall och att det därmed hade en medelhög särskiljningsförmåga, i avsaknad av samband eller direkt koppling till dessa varor och trots hänvisningen till vitalitet som ordet "vita" innebär (se dom av den 14 januari 2016, *The Cookware Company/harmoniseringskontoret – Fissler (VITA+VERDE)*, T-535/14, ej publicerad, EU:T:2016:2, punkt 40 och där angiven rättspraxis).
- 22 Klaganden har dragit slutsatsen att ordet "vita", taget för sig, inte för svenska konsumenter betecknar färgen "vit" och att det, till följd av dess många olika betydelser och av att det måste tolkas, inte till sitt förstahandsinnehåll utgör någon beskrivning som avser för allmänheten viktiga särdrag hos de varor för vilka registrering har begärts. Klaganden har tillagt att enbart den omständigheten att en beståndsdel i teorin kan utgöra en uppgift om en egenskap inte är tillräcklig för att motivera ett frihållningsbehov i den mening som avses i artikel 7.1 c i förordning 2017/1001.
- 23 EUIPO har bestritt klagandens argument och anfört att den första grunden ska lämnas utan avseende. EUIPO har gjort gällande att prövningen av ett kännetecken konkret ska ske i förhållande till de berörda varorna och utifrån att konsumenterna konfronteras med EU-varumärket i direkt samband med de varor som det avser, till exempel vid köp eller i reklam. Enligt EUIPO är klagandens påstående om att det krävs flera stadier av reflektion för att det begärda kännetecknet ska ges en innebörd inte övertygande. Enligt myndigheten är, i den mån som de berörda varorna är vita, påståendet att de berörda varornas egenskaper inte lätt identifieras hos svenskspråkiga konsumenter också ogrundat.
- 24 EUIPO har anfört att ordet "vita" i egenskap av adjektiv i det svenska språket motsvarar orden "weiße" på tyska och "blanche" på franska och att den svenskspråkiga allmänheten inte har något behov av översättning. Den har tillagt att den omständigheten att ordet "vita" även används i andra språk inte påverkar dess betydelse för dem som har svenska som modersmål. EUIPO har visserligen erkänt att ordet "vita" vanligtvis inte används ensamt, men anfört att det inte inom ramen för en konkret bedömning som rör varor är nödvändigt att kännetecknet är "vita elektriska matberedare" och att dessa varor uppfattas och associeras till av omsättningskretsen. EUIPO har gjort gällande att den svenskspråkiga omsättningskretsen vet att en färg kan beteckna en egenskap för varor och ge information om att det rör sig om vita varor och inte varor med annan färg, till exempel stålgrått.

- 25 EUIPO anser sig inte ha bevisbördan för att det sökta varumärket kan ange en karakteristisk egenskap hos varorna, eftersom artikel 7.1 c i förordning 2017/1001 inte rör den aktuella användningen av kännetecknet. Även om EUIPO inte har förnekat att det finns många kastruller och andra köksprodukter i stål har det gjort gällande att även andra färger, däribland vitt, används för varorna i fråga. En vit tryckkokare är således ingenting ovanligt eller iögonfallande. EUIPO har tillagt att även om vitt sällan används för hushållsapparater motsäger inte det att det kan röra sig om dessa varors främsta särdrag. Det har gjorts gällande att färgen kan vara ett inköpskriterium eller till och med anses utgöra en grundläggande egenskap, och att inget hindrar att dessa varor är helt eller huvudsakligen vita.
- 26 EUIPO har gjort gällande att det inte krävs att egenskapen är den viktigaste beståndsdelens eller det viktigaste inköpskriteriet, och att enligt domstolens rättspraxis avser det registreringshinder som avses i artikel 7.1 c i förordning 2017/1001 inte huruvida kännetecknet beskriver en huvudsaklig egenskap eller en sidoegenskap, eller ens ”vilken egenskap som helst” hos de varor som avses. Registrering av ett kännetecken ska nämligen vägras om åtminstone en av dess potentiella betydelser avser en egenskap hos de berörda varorna. EUIPO anser att så är fallet i detta mål, eftersom det sökta varumärket inte behöver tolkas och inte orsakar komplexa reflektionsprocesser, då ordet ”vita” används som adjektiv i svenska språket som en form av ”vit”. EUIPO ”kan följaktligen inte förstå” varför en sådan reflektionsprocess skulle utlösas när konsumenten uppfattar detta ord, vars innebörd är enkel och upplysande, utan att vara vag eller obestämd. När det slutligen gäller tidigare fall av registrering var dessa inte jämförbara och medförde inte sådana begränsningar som dem i förevarande mål.
- 27 Tribunalen framhåller inledningsvis att enligt artikel 7.1 c i förordning 2017/1001 vägras registrering för varumärken som endast består av tecken eller upplysningar vilka i handeln visar varornas eller tjänsternas art, kvalitet, kvantitet, avsedda ändamål, värde, geografiska ursprung, tiden för deras framställande eller andra egenskaper hos varorna. Enligt punkt 2 i samma artikel, ska punkt 1 tillämpas även om registreringshindren endast finns i endast en del av Europeiska unionen.
- 28 Enligt fast rättspraxis omfattas ett kännetecken av förbudet i denna bestämmelse enbart om det har ett tillräckligt direkt och konkret samband med de ifrågavarande varorna eller tjänsterna, så att omsättningskretsen omedelbart och utan vidare eftertanke kan uppfatta en beskrivning av de ifrågavarande varorna eller tjänsterna eller en av deras egenskaper (dom av den 22 juni 2005, *Metso Paper Automation/harmoniseringskontoret (PAPERLAB)*, T-19/04, EU:T:2005:247, punkt 25, och dom av den 12 maj 2016, *Chung-Yuan Chang/EUIPO – BSH Hausgeräte (AROMA)*, T-749/14, ej publicerad, EU:T:2016:286, punkt 23, och dom av den 25 oktober 2018, *Devin/EUIPO – Haskovo (DEVIN)*, T-122/17, EU:T:2018:719, punkt 18).
- 29 Frågan om ett kännetecken är beskrivande ska således bedömas dels utifrån de varor och tjänster för vilka registrering söks, dels utifrån uppfattningen i omsättningskretsen, som består av konsumenterna av dessa varor eller tjänster (se, för ett liknande synsätt, dom av den 27 februari 2002, *Ellos/harmoniseringskontoret (ELLOS)*, T-219/00, EU:T:2002:44, punkt 29, dom av den 12 maj 2016, *AROMA*, T-749/14, ej publicerad, EU:T:2016:286, punkt 24, och dom av den 17 januari 2019, *Ecolab USA/EUIPO (SOLIDPOWER)*, T-40/18, ej publicerad, EU:T:2019:18, punkt 25).
- 30 Dessutom ska ett ordkännetecken vägras registrering enligt artikel 7.1 c i förordning 2017/1001 om åtminstone en av dess potentiella betydelser avser en egenskap hos de berörda varorna eller tjänsterna (dom av den 23 oktober 2003, *harmoniseringskontoret/Wrigley*, C-191/01 P, EU:C:2003:579, punkt 32, och dom av den 12 maj 2016, *AROMA*, T-749/14, ej publicerad, EU:T:2016:286, punkt 29).
- 31 Slutligen består det allmänintresse som ligger till grund för artikel 7.1 c i förordning 2017/1001 i att säkerställa att kännetecken som beskriver en eller flera egenskaper hos de varor eller tjänster som registreringsansökan avser fritt kan användas av alla de ekonomiska aktörer som tillhandahåller sådana varor eller tjänster (dom av den 10 mars 2011, *Agencja Wydawnicza*

Technopol/harmoniseringskontoret, C-51/10 P, EU:C:2011:139, punkt 37). Denna bestämmelse hindrar att dessa kännetecken eller upplysningar förbehålls ett enda företag genom att de registreras som varumärke (dom av den 23 oktober 2003, harmoniseringskontoret/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, punkt 31) och att ett företag – till nackdel för andra företag, inbegripet konkurrenter – monopoliserar användningen av ett beskrivande ord och därmed begränsar det ordförråd som andra företag kan använda sig av för att beskriva sina egna varor (se dom av den 16 oktober 2014, Larrañaga Otaño/harmoniseringsbyrån (GRAPHENE), T-458/13, EU:T:2014:891, punkt 18, dom av den 7 december 2017, Colgate-Palmolive/EUIPO (360°), T-332/16, ej publicerad, EU:T:2017:876, punkt 17, och av den 25 oktober 2018, DEVIN, T-122/17, EU:T:2018:719, punkt 19).

- 32 Det är mot bakgrund av dessa principer som tribunalen ska pröva klagandens första grund avseende åsidosättande av artikel 7.1, c i förordning 2017/1001. För detta ändamål är det lämpligt att i tur och ordning undersöka innebörden av ordet "vita" på svenska och kopplingen mellan denna innebörd och de varor som avses.

Innebörden av ordet "vita" på svenska

- 33 Klaganden har gjort gällande att ordet "vita", använt isolerat, inte i sig självt känns igen av svenska konsumenter och att det därmed inte direkt hänvisar till betydelsen "vit". Klaganden har vidare gjort gällande att ordet kan ha olika betydelse på olika språk, inklusive "liv" eller "livsstil" på såväl latin som italienska.
- 34 I punkt 20 i det överklagade beslutet fann överklagandenämnden att ordet "vita" utgör bestämd form och den svenska pluralformen av ordet "vit", som betecknar färgen vit.
- 35 Det är visserligen riktigt att ordet "vita" inte är identiskt med ordet "vit" i obestämd form, som står med i svenska ordböcker. Det får emellertid anses att en svenskspråkig konsument omedelbart känner igen detta ord som en form av adjektivet "vit" i plural och bestämd form singular, även taget för sig. Enbart avsaknaden av ett substantiv tillsammans med detta ord hindrar inte ett sådant igenkännande av en sådan konsument, då det rör sig om ett så vanligt adjektiv som det som betecknar färgen "vit".
- 36 Även om det vidare är riktigt att ordet "vita" kan ha olika betydelser på olika språk, inklusive "liv" eller "livsstil" på såväl latin som italienska, saknar den omständigheten betydelse, eftersom innebörden av ordet "vita" på svenska utgör "åtminstone en av dess potentiella betydelser" enligt den rättspraxis som anges i punkt 30 ovan.
- 37 Klagandens ifrågasättande av den innebörd av ordet "vita" för den svenskspråkiga omsättningskretsen som överklagandenämnden fastslagit ska således lämnas utan avseende.
- 38 Vidare saknar den rättspraxis avseende att ordet "vita" inte är beskrivande som klaganden hänvisat till (se punkt 21 ovan) betydelse i förevarande mål, eftersom den rör uppfattningen av det ordet hos en italiensk, spansk, fransk, tysk, portugisisk och rumänsk omsättningskrets, medan förevarande mål rör frågan hur detta ord uppfattas av svensk och finsk allmänhet.

Sambandet mellan innebörden av ordet "vita" på svenska och de varor som avses

- 39 Klaganden har gjort gällande att det ur omsättningskretsens synvinkel inte finns något tillräckligt direkt och konkret samband mellan ordet "vita" på svenska och de varor som avses. Enligt klaganden används färgen vit vanligen inte för dessa varor, som nästan uteslutande är tillverkade i rostfritt stål. Vidare kan inte dessa varor anses utgöra "vitvaror", det vill säga stora hushållsmaskiner.

- 40 I punkterna 21–23 i det överklagade beslutet har överklagandenämnden i sak grundat sin bedömning att det sökta varumärket var beskrivande på två skäl. Det första är att de varor som avses ofta finns tillgängliga i vitt, även om denna färg inte är den vanligast förekommande. För det andra kallas dessa varor ofta för ”vitvaror” på svenska.
- 41 När det för det första gäller den mer eller mindre vanliga användningen av färgen vit för de varor som avses ska det först prövas huruvida en sådan användning kan betecknas som en ”egenskap” hos dessa varor i den mening som avses i rättspraxis.
- 42 I detta avseende ska det erinras om att genom användningen i artikel 7.1 c i förordning 2017/1001 av begreppen ”art, kvalitet, kvantitet, avsedda användning, värde, geografiska ursprung, tiden för deras framställande eller andra egenskaper hos varorna eller tjänsterna” har unionslagstiftaren dels klargjort att samtliga dessa uttryck anger egenskaper hos varorna eller tjänsterna, dels preciserat att denna uppräkningslista inte är uttömmande och att andra egenskaper hos varorna eller tjänsterna också kan beaktas (dom av den 10 mars 2011, *Agencja Wydawnicza Technopol/harmoniseringskontoret*, C-51/10 P, EU:C:2011:139, punkt 49, dom av den 10 juli 2014, *BSH/harmoniseringskontoret*, C-126/13 P, ej publicerad, EU:C:2014:2065, punkt 20, och dom av den 17 januari 2019, *SOLIDPOWER*, T-40/18, ej publicerad, EU:T:2019:18, punkt 22).
- 43 Lagstiftarens val av uttrycket ”egenskaper” framhäver den omständigheten att de kännetecken som avses i artikel 7.1 c i förordning 2017/1001 endast är de som används för att visa en egenskap, som lätt kan kännas igen av omsättningskretsen, hos de varor eller tjänster som registreringsansökan avser. Ett kännetecken kan således endast vägras registrering enligt denna bestämmelse när det rimligen kan förväntas att den faktiskt uppfattas av omsättningskretsen som en beskrivning av en av dessa egenskaper (se dom av den 10 mars 2011, *Agencja Wydawnicza Technopol/harmoniseringskontoret*, C-51/10 P, EU:C:2011:139, punkt 50 och där angiven rättspraxis, dom av den 10 juli 2014, *BSH/harmoniseringskontoret*, C-126/13 P, ej publicerad, EU:C:2014:2065, punkterna 21 och 22 samt där angiven rättspraxis, dom av den 11 oktober 2018, *M&T Emporia Elektronik-Ilektronikon Eidon/EUIPO (fluo.)*, T-120/17, ej publicerad, EU:T:2018:672, punkt 24, dom av den 12 december 2018, *Bischoff/EUIPO – Miroglio Fashion (CARACTÈRE)*, T-743/17, ej publicerad, EU:T:2018:911, punkt 25, och dom av den 17 januari 2019, *SOLIDPOWER*, T-40/18, ej publicerad, EU:T:2019:18, punkt 23).
- 44 Även om det, vidare, är likgiltigt huruvida en sådan egenskap är väsentlig eller inte på det affärsmässiga planet (dom av den 16 oktober 2014, *GRAPHENE*, T-458/13, EU:T:2014:891, punkt 20, se även, analogt, dom av den 12 februari 2004, *Koninklijke KPN Nederland*, C-363/99, EU:C:2004:86, punkt 102), ska en egenskap i den mening som avses i artikel 7.1 c i förordning 2017/1001 vara ”en objektiv och ofrånkomlig egenskap för produkten” (dom av den 6 september 2018, *Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise/EUIPO*, C-488/16 P, EU:C:2018:673, punkt 44) samt ”inneboende och permanent” för varan eller tjänsten (dom av den 23 oktober 2015, *Geilenkothen Fabrik für Schutzkleidung/harmoniseringskontoret (Cottonfeel)*, T-822/14, ej publicerad, EU:T:2015:797, punkt 32, dom av den 5 juli 2016, *Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise/EUIPO – Freistaat Bayern (NEUSCHWANSTEIN)*, T-167/15, ej publicerad, EU:T:2016:391, punkt 30, och dom av den 11 oktober 2018, fluo., T-120/17, ej publicerad, EU:T:2018:672, punkt 40).
- 45 I förevarande fall kan det konstateras att färgen vit inte utgör en ”inneboende” och ”ofrånkomlig egenskap” för varan (till exempel matberedare, tryckkokningskastruller och hushållsapparater), utan en rent underordnad aspekt som kan omfatta enbart en mindre del av de varor som avses och som, i alla händelser, inte har något direkt samband med deras art. Dessa varor finns nämligen tillgängliga i många olika färger, bland vilka, utan någon viktning, färgen vit förekommer. Överklagandenämnden har själv erkänt detta, då det på den webbplats som det hänvisas till i punkt 23 i det överklagade beslutet anges att ”numera finns hushållsredskap i alla färger”.

- 46 Den omständigheten att de berörda varorna mer eller mindre regelbundet finns tillgängliga i vitt, som en av flera färger, har inte ifrågasatts men saknar betydelse, eftersom färgen vit inte "rimligen", i den mening som avses i den rättspraxis som redovisats i punkt 43 ovan, kan förväntas faktiskt uppfattas av omsättningskretsen som en beskrivning av en inneboende och ofrånkomlig egenskap hos varan.
- 47 Följaktligen är det korrekt, som klaganden har gjort gällande, att det saknar betydelse om de varor som avses kan finnas tillgängliga i färgen vitt, eftersom det avgörande kriteriet snarare är huruvida omsättningskretsen kan uppfatta varumärket som en beskrivning av en egenskap hos dessa varor.
- 48 Så är emellertid inte fallet i förevarande mål, eftersom ordet "vita", uppfattat som färgen "vit", inte av den svenskspråkiga omsättningskretsen kan uppfattas som en beskrivande upplysning om en inneboende och med hänsyn till arten av de varor som avses ofrånkomlig egenskap.
- 49 Vidare ska förevarande mål särskiljas från det som ledde fram till domen av den 9 december 2008, Colgate-Palmolive/harmoniseringsbyrån (VISIBLE WHITE) (T-136/07, ej publicerad, EU:T:2008:553, punkterna 42 och 43), där tribunalen fastslog att uttrycken "visible" och "white" gjorde det möjligt för omsättningskretsen att omedelbart och utan ytterligare reflektion uppfatta detta som en beskrivning av de varor som avsågs, nämligen "tandkräm och munvatten", på så sätt att användningen av dem gjorde tändernas vita färg synlig. I det målet beskrev "tydlig vithet" en inneboende och med hänsyn till deras art ofrånkomlig egenskap hos de berörda varorna, nämligen syftet med deras användning eller användningens verkan. Förevarande mål ska även särskiljas från det mål som ledde fram till domen av den 7 juli 2011, Cree/harmoniseringsbyrån (TRUEWHITE), T-208/10, ej publicerad, EU:T:2011:340, punkt 23), där tribunalen slog fast att begreppet "TRUEWHITE" som helhet kan anses hänvisa till verklig vithet och att, tillämpat på lysdioder (LED), detta varumärke endast beskriver en väsentlig egenskap hos dessa varor, det vill säga deras förmåga att återge ljus med sådan vithet att det kunde anses jämförligt med naturligt ljus. I det målet beskrev "verklig vithet", det vill säga ljus som är jämförligt med naturligt ljus, också en inneboende och med hänsyn till varornas art ofrånkomlig egenskap, nämligen deras kvalitet.
- 50 När det, för det andra, gäller uttrycket "vitvaror" på svenska, som enligt EUIPO betecknar de varor som avses, ska det inledningsvis påpekas att sambandet mellan ordet "vita" (som betecknar färgen "vit") och ordet "vitvaror" endast är indirekt och förutsätter en tolkning och eftertanke hos omsättningskretsen.
- 51 Det står vidare klart att det svenska uttrycket "vitvaror" enbart betecknar "stora hushållsmaskiner" (till exempel frysar, spisar, tvättmaskiner, torktumlare, diskmaskiner etcetera) och inte "små hushållsapparater" (till exempel elektriska matberedare, tryckokningskastruller, kaffebryggare, brödrostar etcetera), mellan vilka det finns en uppenbar skillnad i storlek och flyttbarhet.
- 52 Nämnden har själv medgett detta förhållande och denna uppenbara skillnad när den i punkt 23 i det överklagade beslutet anfört att "det är främst stora hushållsmaskiner, exempelvis tvättmaskiner och diskmaskiner, som kallas vitvaror". Det var således felaktigt av den att fastslå att detta visar att färgen vit allmänt förknippas med hushållsredskap, eftersom det på sin höjd rör sig om en indirekt association och inte ett direkt och konkret samband utifrån omsättningskretsens uppfattning.
- 53 Den överföring som överklagandenämnden gjort från dels adjektivet "vit" till "vitvaror", dels "stora hushållsapparater" till "mindre hushållsapparater" eller hushållsredskap bygger på en i dubbel mening indirekt koppling som förutsätter en reflektion i flera etapper, och visar inte något direkt och omedelbart samband utifrån omsättningskretsens uppfattning.
- 54 Möjligheten att ordet "vita" ska utgöra en hänvisning till de varor som avses eller till deras egenskaper hos omsättningskretsen förutsätter associationen till, för det första, den svenska termen "vitvaror" eller "stora hushållsmaskiner" och, för det andra, därifrån till "små hushållsapparater". Denna association är på sin höjd indirekt och gör det inte möjligt för omsättningskretsen att omedelbart och utan vidare eftertanke uppfatta det som en beskrivning av de ifrågavarande varorna eller en av deras egenskaper.

Ett sådant samband är alltför ”vagt och obestämt” (se, för ett motsvarande synsätt, dom av den 27 februari 2002, ELLOS, T-219/00, EU:T:2002:44, punkterna 43 och 44) för att kännetecknet ”vita” ska anses vara beskrivande.

- 55 Förevarande mål ska särskiljas från det mål som ledde fram till domen av den 16 mars 2006, Telefon & Buch/harmoniseringskontoret – Herold Business Data (WEISSE SEITEN), T-322/03, EU:T:2006:87, punkterna 95–99), där tribunalen konstaterade att uttrycket ”weiße Seiten” (vita sidorna) hade blivit synonymt med, på tyska, ”telefonkataloguppgifter för enskilda” och således kunde betraktas som beskrivande för de varor som uttrycket utgjorde en synonym för, nämligen en sådan abonnentförteckning, vilket inte var en konsekvens av den vita färgen på sidorna med katalogen. I det målet var det omtvistade varumärket i sig det gängse namnet, till skillnad från ordet ”vita” som beteckning för ”vitvaror”, och betecknade direkt de berörda varorna och inte någon annan kategori av varor, såsom ”små hushållsapparater” i förhållande till ”stora hushållsmaskiner” i förevarande mål.
- 56 Således visar inget av de skäl som överklagandenämnden anfört (se punkt 40 ovan) att det skulle finnas ett tillräckligt direkt och konkret samband, i den mening som avses i den rättspraxis som angivits i punkt 28 ovan, mellan ordet ”vita” på svenska och de varor som avses. Överklagandenämnden har inte visat att omsättningskretsen, när den ställs inför det sökta varumärket, uppfattar det, omedelbart och utan vidare eftertanke, som en beskrivning av dessa varor eller av en av deras inneboende och utifrån deras art ofrånkomliga egenskaper.
- 57 Ordet ”vita” är således inte beskrivande för en egenskap hos de aktuella varorna, och omfattas därför inte av det registreringshinder som anges i artikel 7.1 c i förordning 2017/1001.
- 58 Av detta följer att överklagandenämnden åsidosatte artikel 7.1 c i förordning 2017/1001 när den felaktigt konstaterade att det sökta varumärket hade ett så direkt och konkret samband med de varor som omfattas att det var beskrivande i förhållande till dem.
- 59 Talan ska följaktligen bifallas såvitt avser den första grunden.

Den andra grunden: Åsidosättande av artikel 7.1 b i förordning 2017/1001

- 60 Genom den andra grunden har klaganden gjort gällande att eftersom omsättningskretsen inte uppfattar det sökta varumärket som rent beskrivande i förhållande till de varor som avses och att varumärket till fullo uppfyller sin funktion att ange kommersiellt ursprung, var det felaktigt att fastslå att det saknar särskiljningsförmåga och omfattas av ett av de absoluta registreringshinder som avses i artikel 7.1 b i förordning 2017/1001. Klaganden har särskilt påpekat att syftet med denna bestämmelse, vilket är att skydda allmänheten mot monopolisering, inte äventyras eftersom de andra aktörerna på marknaden inte är beroende av att kunna använda ordet ”vita” i den konkreta form som avses med registreringsansökan.
- 61 Klaganden har, som argument för att färger kan ha särskiljningsförmåga, tillagt att i den mån som ordet ”vita” uppfattas i dess grundläggande betydelse finns det ett stort antal registreringar av EU-varumärken som hänvisar till namn på färger. Detta visar att namnet på en färg kan, ur omsättningskretsens synvinkel, uppfattas som en ursprungsangivelse, även när varan som omfattas av varumärket är av samma färg (såsom EU-varumärkena nr 3115136 BLUE för ”rakapparater”, nr 3757663 WHITE för ”symaskiner”, nr 1078989 ORANGE för ”apparater, köksutrustning och hushållsartiklar” och nr 12131314 PURPLE för ”konfektyrvaror”).
- 62 Klaganden har av detta dragit slutsatsen att det sökta varumärket inte saknade särskiljningsförmåga i den mening som avses i artikel 7.1 b i förordning 2017/1001 för varorna i fråga.

- 63 EUIPO har bestritt klagandens argument och gjort gällande att den andra grunden är ”utan verkan”. Myndigheten har hävdad att det begärda varumärket betecknar varornas färg och ska anses utgöra en upplysning om de berörda varornas färg, varför det inte fyller någon funktion som ursprungsangivelse och saknar särskiljningsförmåga. EUIPO har tillagt att den omständigheten att ordet ”vita”, i sammansatta ord, i beslut som helt klart inte rörde svenska språket och en svenskspråkig omsättningskrets har tillskrivits särskiljningsförmåga inte är relevant i detta mål.
- 64 Tribunalen noterar i detta avseende att de absoluta registreringshinder som anges i artikel 7.1 i förordning 2017/1001 ska tillämpas oberoende av varandra och prövas separat, även om det finns en tydlig överlappning mellan deras respektive tillämpningsområden. Vidare ska dessa registreringshinder tolkas mot bakgrund av det allmänintresse som ligger till grund för vart och ett av dem (se, analogt, dom av den 8 april 2003, Linde m.fl., C-53/01–C-55/01, EU:C:2003:206, punkterna 67 och 71, dom av den 12 februari 2004, Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, EU:C:2004:86, punkterna 68 och 69, se även, för ett liknande synsätt, dom av den 16 september 2004, SAT.1/harmoniseringskontoret, C-329/02 P, EU:C:2004:532, punkt 25 och där angiven rättspraxis).
- 65 Av detta följer att den omständigheten att ett varumärke inte omfattas av ett av dessa registreringshinder inte innebär att det inte kan omfattas av ett annat registreringshinder. Det kan således inte konstateras att ett märke inte saknar särskiljningsförmåga i förhållande till vissa varor eller tjänster enbart av den anledningen att det inte beskriver dem (se, analogt, dom av den 8 april 2003, Linde m.fl., C-53/01–C-55/01, EU:C:2003:206, punkt 68, och dom av den 12 februari 2004, Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, EU:C:2004:86, punkterna 70 och 71).
- 66 Det allmänintresse som ligger bakom artikel 7.1 b i förordning 2017/1001 avser nämligen att skydda konsumenten genom att göra det möjligt för honom eller henne att utan förväxlingsrisk identifiera det kommersiella ursprunget hos de varor eller tjänster som varumärket avser i enlighet med dess grundläggande funktion att ange varans eller tjänstens ursprung, medan det allmänintresse som ligger till grund för regeln i artikel 7.1 c inriktas på att skydda konkurrenter mot varje risk för sådan monopolisering som uppstår när en varumärkesinnehavare registrerar upplysningar som beskriver egenskaper hos de varor eller tjänster som avses med kännetecknet (se punkt 31 ovan).
- 67 Det förhållandet att ett varumärke inte är beskrivande, såsom i förevarande fall, innebär således inte att det är särskiljande. I ett sådant fall ska det alltjämt prövas om det sökta varumärket i sig saknar särskiljningsförmåga, det vill säga om det inte kan fullgöra varumärkets grundläggande funktion, som är att garantera konsumenten eller slutanvändaren det kommersiella ursprunget för den vara eller tjänst som varumärket avser genom att göra det möjligt för dem att utan risk för förväxling särskilja denna vara eller tjänst från andra med ett annat ursprung (se för ett liknande synsätt, dom av den 5 februari 2015, nMetric/harmoniseringskontoret (SMARTER SCHEDULING), T-499/13, ej publicerad, EU:T:2015:74, punkt 22 och där angiven rättspraxis, och dom av den 12 maj 2016, AROMA, T-749/14, ej publicerad, EU:T:2016:286, punkt 57).
- 68 Enligt artikel 7.1 b i förordning 2017/1001 får varumärken som saknar särskiljningsförmåga inte registreras. Enligt fast rättspraxis anses de kännetecknen som avses i den bestämmelsen inte kunna fylla ett varumärkes grundläggande funktion, nämligen den att ange varans eller tjänstens kommersiella ursprung så att den konsument som köper den vara eller den tjänst som kännetecknas av varumärket kan göra samma val vid ett senare köp, om erfarenheten varit positiv, eller göra ett annat val, om den varit negativ (se dom av den 12 maj 2016, AROMA, T-749/14, ej publicerad, EU:T:2016:286, punkt 58 och där angiven rättspraxis, dom av den 14 december 2017, GeoClimaDesign/EUIPO – GEO (GEO), T-280/16, ej publicerad, EU:T:2017:913, punkt 56, och dom av den 12 december 2018, CARACTÈRE, T-743/17, ej publicerad, EU:T:2018:911, punkt 49).
- 69 Frågan om särskiljningsförmåga ska bedömas dels utifrån de varor och tjänster för vilka registrering söks, dels utifrån uppfattningen i omsättningskretsen, som består av konsumenter av dessa varor eller tjänster (se dom av den 21 januari 2010, Audi/harmoniseringskontoret, C-398/08 P, EU:C:2010:29,

punkt 34 och där angiven rättspraxis, dom av den 12 maj 2016, AROMA, T-749/14, ej publicerad, EU:T:2016:286, punkt 59, dom av den 14 december 2017, GEO, T-280/16, ej publicerad, EU:T:2017:913, punkt 57, och dom av den 12 december 2018, CARACTÈRE, T-743/17, ej publicerad, EU:T:2018:911, punkt 50).

- 70 I förevarande fall har överklagandenämnden, i punkt 29 i det överklagade beslutet, funnit att det sökta varumärket av omsättningskretsen uppfattas som ett enkelt meddelande om att de varor som avses finns tillgängliga i vitt. Den slog mot den bakgrunden fast att varumärket var rent beskrivande och därmed saknade särskiljningsförmåga. Enligt överklagandenämnden kan alla tillverkare av matberedare och kastrullset tillverka sina varor i vitt, varför varumärket i fråga saknade förmåga att särskilja klagandens varor från andra företags varor.
- 71 Det har emellertid redan konstaterats, inom ramen för prövningen av den första grunden, att färgen vitt inte är en inneboende och med hänsyn till varornas art ofrånkomlig egenskap och att det faktum att de berörda varorna kan finnas tillgängliga i vitt, bland andra färger, saknar betydelse eftersom det inte rimligen kan förväntas att omsättningskretsen enbart på grund av denna omständighet uppfattar färgen vitt som en beskrivning av en inneboende och med hänsyn till varornas art ofrånkomlig egenskap (se punkterna 45–47 ovan).
- 72 I den mån överklagandenämnden dragit slutsatsen att det sökta varumärket saknade särskiljningsförmåga som en ren följd av att det skulle vara ”rent beskrivande”, vilket inte har fastställts, måste det konstateras att slutsatsen grundas på en felaktig premiss och således inte kan godtas.
- 73 I den mån överklagandenämnden dragit slutsatsen att det sökta varumärket saknade särskiljningsförmåga utifrån att det bestod av en enkel upplysning om att de varor som avsågs fanns tillgängliga i vitt, kan det konstateras att den svenskspråkiga omsättningskretsen inte uppfattar det sökta varumärket som en beskrivning av en inneboende egenskap hos de varor det avser och inte kan associera detta direkt med dessa varor. Tvärtom kräver ordet ”vita” en viss tolkning hos svenska och finska konsumenter. Dessa konsumenter uppfattar inte det sökta varumärket som ett enkelt meddelande om att de varor som avses finns tillgängliga i vitt, utan snarare som en upplysning om varornas kommersiella ursprung. Detta gäller särskilt som nämnda varumärke används på dessa varor oavsett färg och inte endast när dessa är vita.
- 74 Det registreringshinder som åberopats i förevarande fall kan således inte hindra att det sökta varumärket är lämpligt för att för omsättningskretsen identifiera de aktuella varornas kommersiella ursprung och särskilja dem från ett annat företags varor.
- 75 Av detta följer att överklagandenämnden åsidosatte artikel 7.1 b i förordning 2017/1001 när den konstaterade att det sökta varumärket saknade särskiljningsförmåga för de berörda varorna på grundval av det registreringshinder som har åberopats i detta fall.
- 76 Talan ska således även bifallas såvitt avser den andra grunden.
- 77 Med hänsyn till samtliga ovan anförda överväganden ska överklagandet bifallas i sin helhet. Det överklagade beslutet ska följaktligen ogiltigförklaras.

Rättegångskostnader

- 78 Enligt artikel 134.1 i rättegångsreglerna ska tappande part förpliktas att ersätta rättegångskostnaderna, om detta har yrkats.

79 Klaganden har yrkat att EUIPO ska förpliktas att ersätta rättegångskostnaderna. Eftersom EUIPO har tappat målet, ska klagandens yrkande bifallas.

Mot denna bakgrund beslutar

TRIBUNALEN (åttonde avdelningen)

följande:

- 1) **Det beslut som meddelades av femte överklagandenämnden vid Europeiska unionens immaterialrättsmyndighet (EUIPO) den 28 mars 2018 (ärende R 1326/2017–5) ogiltigförklaras.**
- 2) **EUIPO ska ersätta rättegångskostnaderna.**

Collins

Kancheva

De Baere

Avkunnad vid offentligt sammanträde i Luxemburg den 7 maj 2019.

Underskrifter

Innehållsförteckning

Bakgrund till tvisten	2
Parternas yrkanden	3
Rättslig bedömning	3
Inledande anmärkningar angående definitionen av omsättningskretsen	3
Den första grunden: Åsidosättande av artikel 7.1 c i förordning 2017/1001	4
Innebörden av ordet ”vita” på svenska	7
Sambandet mellan innebörden av ordet ”vita” på svenska och de varor som avses	7
Den andra grunden: Åsidosättande av artikel 7.1 b i förordning 2017/1001	10
Rättegångskostnader	12