Rättsfallssamlingen

TRIBUNALENS DOM (sjunde avdelningen)

den 1 juli 2026 *

”EU-varumärke – Ansökan om registrering som EU-varumärke av ordmärket FOR BETTER GAMING – VEIKKAUS – Absolut registreringshinder – Särskiljningsförmåga saknas – Artikel 7.1 b i förordning (EU) 2017/1001 – Beståndsdel av varumärket har särskiljningsförmåga som förvärvats genom användning – Artikel 7.3 i förordning 2017/1001”

I mål T-615/25,

Veikkaus Oy, Helsingfors (Finland), företrätt av advokaten M. Nousiainen,

klagande,

mot

Europeiska unionens immaterialrättsmyndighet (EUIPO), företrädd av T. Frydendahl, i egenskap av ombud,

motpart,

meddelar

TRIBUNALEN (sjunde avdelningen)

sammansatt av ordföranden K. Kecsmár samt domarna L. Madise (referent) och P. Nihoul,

justitiesekreterare: V. Di Bucci,

efter den skriftliga delen av förfarandet,

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 på handlingarna,

följande

* Rättegångsspråk: finska.

Dom

1 Klaganden, Veikkaus Oy, har med stöd av artikel 263 FEUF yrkat att tribunalen ska ogiltigförklara det beslut som meddelades av fjärde överklagandenämnden vid Europeiska unionens immaterialrättsmyndighet (EUIPO) den 10 juli 2025 (ärende R 829/2025-4) (nedan kallat det överklagade beslutet).

Bakgrund till tvisten

2 Den 27 augusti 2024 gav klaganden in en ansökan till EUIPO om registrering av ordkännetecknet FOR BETTER GAMING - VEIKKAUS som EU-varumärke.

3 De varor som registreringsansökan avsåg omfattas av klasserna 35, 41 och 42 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 35: ”Kommersiella rådgivningstjänster; detaljhandel med datorprogramvara, underhållningsprogram för datorspel, nedladdningsbar programvara, programvara för elektroniska spel och nedladdningsbara videospel; detaljhandelstjänster för programvara för datorspel som innehåller interaktiva multimedia, program för mobiltelefonspel, smarttelefoner, surfplattor och andra elektroniska mobila enheter; detaljhandelstjänster för nedladdningsbara spelprogram i mobiltelefoner, smarttelefoner, surfplattor och andra elektroniska mobila enheter; detaljhandelstjänster för applikationer som innehåller datorspel; detaljhandelstjänster för virtuella spel och spelprogramvara; detaljhandelstjänster för utökningar och komponenter till dator- och videospel”

– Klass 41: ”Underhållning, anordnande och presentation av tävlingar; underhållning i televisionssändningar; underhållningstjänster online; tillhandahållande av speltjänster [direkt via datornät]; tillhandahållande av onlinespel via internet; speltjänster i samband med vadhållning; vadslagningstjänster; vadslagningstjänster online; underhållningstjänster i samband med vadhållning på hästar; kasino-, spel- och hasardspelstjänster, anordnande av lotterier; tjänster för resultat inom idrott; spelhallar, utbildningstjänster i samband med spel; tillhandahållande online av icke nedladdningsbara elektroniska publikationer; virtuella speltjänster som erbjuds online via ett datornät; spelhallar baserade på *virtual reality*”

– Klass 42: ”Tjänster för utformning av spel; provning, kontroll och kvalitetskontroll; vetenskapliga och tekniska tjänster; utformning, utveckling och underhåll av programvara och webbplatser för hasardspel online; underhåll av spelplatser online”

4 Genom beslut av den 11 mars 2025 avslog granskaren med stöd av artikel 7.1 b jämförd med artikel 7.2 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/1001 av den 14 juni 2017 om EU-varumärken (EUT L 154, 2017, s. 1) ansökan om registrering av det sökta varumärket för de tjänster som nämns i punkt 3 ovan.

5 Klaganden överklagade den 7 maj 2025 granskarens beslut till EUIPO.

6 Genom det överklagade beslutet biföll överklagandenämnden överklagandet med avseende på följande tjänster:

– Klass 35: ”Kommersiella rådgivningstjänster”

– Klass 41: ”tillhandahållande online av icke nedladdningsbara elektroniska publikationer”

– Klass 42: ”Provning, kontroll och kvalitetskontroll; vetenskapliga och tekniska tjänster”

7 Överklagandenämnden avslog däremot överklagandet med avseende på de övriga tjänster som avsågs med det sökta varumärket än de som nämns i punkt 6 ovan (nedan kallade de aktuella tjänsterna), med motiveringen att nämnda varumärke saknade särskiljningsförmåga i den mening som avses i artikel 7.1 b jämförd med artikel 7.2 i förordning 2017/1001. Överklagandenämnden ansåg i huvudsak att den finskspråkiga delen av omsättningskretsen uppfattar det sökta varumärket så, att det betyder ”för ett bättre hasardspel – vadhållning” och uppfattas inte som en upplysning om de aktuella tjänsternas kommersiella ursprung, utan som ett reklambudskap som har samband med dessa tjänster.

8 Slutligen återförvisade överklagandenämnden ärendet till granskaren för prövning, med avseende på de aktuella tjänsterna, av klagandens andrahandsyrkande avseende särskiljningsförmåga som förvärvats till följd av användning av det sökta varumärket med stöd av artikel 7.3 i förordning 2017/1001.

Parternas yrkanden

9 Klaganden har yrkat att tribunalen ska

– ogiltigförklara det överklagade beslutet i den del det innebär avslag på ansökan om registrering av det sökta varumärket för de aktuella tjänsterna, och

– förplikta EUIPO att ersätta rättegångskostnaderna, inklusive kostnaderna för förfarandet inför överklagandenämnden.

10 EUIPO har yrkat att tribunalen ska

– ogilla överklagandet, och

– förplikta klaganden att ersätta rättegångskostnaderna för det fall förhandling hålls i målet.

Rättslig bedömning

11 Klaganden har till stöd för sitt överklagande åberopat en enda grund, nämligen åsidosättande av artikel 7.1 b jämförd med artikel 7.2 i förordning 2017/1001, då överklagandenämnden felaktigt slog fast att det sökta varumärket saknade ursprunglig särskiljningsförmåga i förhållande till de aktuella tjänsterna.

12 Enligt artikel 7.1 b i förordning nr 2017/1001 får inte ’varumärken som saknar särskiljningsförmåga’ registreras. I artikel 7.2 i förordningen anges att artikel 7.1 ska tillämpas även om registreringshindren endast finns i en del av Europeiska unionen.

13 Med ett varumärkes särskiljningsförmåga i den mening som avses i artikel 7.1 b i förordning nr 2017/1001 avses att varumärket gör det möjligt att identifiera de varor eller tjänster som är föremål för registreringsansökan såsom härrörande från ett visst företag, och således att särskilja dessa varor eller tjänster från andra företags varor och tjänster (se dom av den 21 januari 2010, Audi/EUIPO, C-398/08 P, EU:C:2010:29, punkt 33 och där angiven rättspraxis).

14 Varumärkets särskiljningsförmåga enligt artikel 7.1 b i förordning 2017/1001 ska bedömas dels utifrån de varor eller tjänster som registreringsansökan avser, dels utifrån hur omsättningskretsen uppfattar varumärket (se dom av den 29 april 2004, Henkel/harmoniseringskontoret, C-456/01 P och C-457/01 P, EU:C:2004:258, punkt 35 och där angiven rättspraxis).

15 Kännetecken som saknar särskiljningsförmåga i den mening som avses i artikel 7.1 b i förordning 2017/1001 anses inte kunna fylla varumärkets grundläggande funktion, nämligen att identifiera ursprunget för den vara eller tjänst som omfattas av varumärket, så att den konsument som köper varan eller tjänsten vid ett senare köp kan göra samma val, om erfarenheten varit positiv, eller göra ett annat val, om den varit negativ (se dom av den 28 juni 2017, Colgate-Palmolive/EUIPO (AROMASENSATIONS), T-479/16, ej publicerad, EU:T:2017:441, punkt 16 och där angiven rättspraxis).

16 Registrering av ett varumärke som består av tecken eller upplysningar vilka dessutom används som reklamslogan, kvalitetsbeteckningar eller som uppmaningar att köpa de varor eller tjänster som avses med varumärket är inte som sådan utesluten på grund av en sådan användning (se dom av den 17 januari 2024, Ilovepdf/EUIPO (ILOVEPDF), T-60/23, ej publicerad, EU:T:2024:9, punkt 37 och där angiven rättspraxis). Vid bedömningen av sådana varumärkens särskiljningsförmåga ska det inte tillämpas strängare kriterier på dem än de kriterier som är tillämpliga på andra typer av kännetecken (se dom av den 21 januari 2010, Audi/harmoniseringskontoret, C-398/08 P, EU:C:2010:29, punkt 36 och där angiven rättspraxis).

17 Det följer av rättspraxis att även om alla varumärken som består av tecken eller upplysningar vilka också används som reklamslogan, kvalitetsbeteckningar eller som uppmaningar att köpa de varor eller tjänster som avses med varumärkena per definition, i större eller mindre utsträckning, innehåller ett objektivt budskap – även om detta är enkelt – kan de likväl ge konsumenten en upplysning om de aktuella varornas eller tjänsternas kommersiella ursprung. Så kan bland annat vara fallet när dessa varumärken kan ha flera betydelser, utgöra en ordlek eller uppfattas som fantasifulla, överraskande och oväntade och därigenom enkla att lägga på minnet, och att de därmed inte är begränsade till ett vanligt reklambudskap, utan har en viss originalitet eller betydelsemättnad, kräver ett visst minsta tolkningsarbete eller utlöser en kognitiv process hos omsättningskretsen (se, dom av den 13 november 2024, DDCF/EUIPO (SUSTAINABLE BY DESIGN), T-3/24, ej publicerad, EU:T:2024:811, punkt 16 och där angiven rättspraxis).

18 Det är mot bakgrund av dessa faktorer som tribunalen ska pröva om överklagandenämnden har åsidosatt artikel 7.1 b jämförd med artikel 7.2 i förordning 2017/1001, genom att slå fast att det sökta varumärket saknade ursprunglig särskiljningsförmåga för de aktuella tjänsterna.

Omsättningskretsen

19 Överklagandenämnden påpekade att de aktuella tjänsterna var avsedda för den breda allmänheten, vars uppmärksamhetsnivå var medelhög, och för fackmän, vars uppmärksamhetsnivå var högre än genomsnittet (punkterna 24 och 25 i det angripna beslutet).

Överklagandenämnden påpekade även att det sökta varumärket bestod av engelska ord och ett finskt ord. Efter att ha konstaterat att engelska i vissa medlemsstater, bland annat Finland, förstås i stor utsträckning, fann överklagandenämnden att dess bedömning skulle avse den finskspråkiga delen av omsättningskretsen, vilken skulle förstå innebörden av samtliga beståndsdelar i det sökta varumärket (punkt 27 i det överklagade beslutet).

20 Tribunalen instämmer i överklagandenämndens bedömning, vilken för övrigt inte har bestritts av klaganden.

Bedömning av det sökta varumärkets särskiljningsförmåga

21 Överklagandenämnden påpekade inledningsvis att det sökta varumärket bestod av de engelska ordelementen ”for”, ”better” och ”gaming” samt, efter ett bindestreck, det finska ordelementet ”veikkaus” (punkt 28 i det överklagade beslutet). Vad gäller betydelsen av dessa ordelement hänvisade överklagandenämnden till de definitioner i ordböcker som granskaren hade redogjort för och konstaterade att dessa inte hade bestritts av klaganden. Överklagandenämnden angav dessutom att granskaren inte ifrågasatte betydelsen av uttrycket ”for better gaming”, det vill säga ”för ett bättre hasardspel” (punkt 29 i det angripna beslutet).

22 Överklagandenämnden prövade därefter klagandens påstående att det sökta varumärket, betraktat i sin helhet, hade särskiljningsförmåga till följd av att ordet ”veikkaus” hade särskiljningsförmåga för den finskspråkiga allmänheten. För dessa hade ordet förlorat sin ursprungliga betydelse, det vill säga ”vadhållning”, och associerades numera med klagandebolaget och dess tjänster och uppfattades som en upplysning om deras ursprung (punkt 30 i det överklagade beslutet).

23 Överklagandenämnden ansåg att den kunde bedöma det sökta varumärket och ordet ”veikkaus” endast utifrån deras ursprungliga särskiljningsförmåga, eftersom klagandens argument att varumärket hade förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning hade åberopats i andra hand (punkt 31 i det överklagade beslutet). Överklagandenämnden konstaterade bland annat att den bevisning som klaganden hade lagt fram inte innehöll någon uppgift om att det sökta varumärket eller ordet ”veikkaus” hade ursprunglig särskiljningsförmåga (punkt 31 i det överklagade beslutet). Överklagandenämnden ansåg även att den omständigheten att de varumärken som innehåller detta ord hade förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning inte visade att det sökta varumärket hade ursprunglig särskiljningsförmåga (punkt 31 i det överklagade beslutet).

24 Överklagandenämnden ansåg vidare att ordet ”veikkaus” på området för hasardspel hade en betydelse som avsåg vadhållning, varför den finska allmänheten uppfattar det sökta varumärket så, att det betyder ”för ett bättre hasardspel – vadhållning” (punkt 32 i det överklagade beslutet). Den omständigheten att den engelska delen och den finska delen av detta varumärke är åtskilda genom ett bindestreck ger inte varumärket någon annan innebörd och påverkar inte heller dess begriplighet för omsättningskretsen på något annat sätt (punkt 32 i det överklagade beslutet).

25 Överklagandenämnden fann även att det sökta varumärket inte var tvetydigt eller originellt för tjänster som hade samband med hasardspel och vadslagning och att det inte innehöll någon beståndsdel eller egenskap som kunde utlösa en kognitiv process hos omsättningskretsen eller kräva en tolkningsinsats. Den har en omedelbart begriplig innebörd och ett uppenbart samband med tjänsterna i fråga. Den förmedlar ett entydigt reklammeddelande till den finskspråkiga

allmänheten som betonar tjänsternas positiva egenskaper. Omsättningskretsen uppfattar följaktligen det sökta varumärket framför allt som ett reklambudskap och inte som en upplysning om tjänsternas kommersiella ursprung (punkterna 33, 34 och 36 i det överklagade beslutet).

26 Överklagandenämnden påpekade slutligen att beaktandet av de äldre registreringar av EU-varumärken och finska varumärken som klaganden hade åberopat inte kunde leda till en annan bedömning (punkterna 39–45 i det överklagade beslutet).

27 Klaganden har kritiserat överklagandenämnden för att den begränsade sig till att beakta betydelsen av ordet ”veikkaus” i vanligt språkbruk, vilket ledde till en felaktig bedömning av det sökta varumärkets ursprungliga särskiljningsförmåga, betraktad i sin helhet. Klaganden har gjort gällande att den finskspråkiga allmänheten inte längre uppfattar detta ord i dess ursprungliga mening, utan specifikt som en beteckning för klagandebolaget och ursprunget för de tjänster som det erbjuder. Att detta ord ingår i det sökta varumärket ger det därför en ursprunglig särskiljningsförmåga. Detta ord motsvarar nämligen klagandens företagsnamn och huvudvarumärke, vilket har förvärvat särskiljningsförmåga till följd av långvarig användning och är mycket välkänt eller till och med notoriskt känt i Finland. Till stöd för sina påståenden har sökanden åberopat att kännetecknet VEIKKAUS har införts i registret över kända varumärken i Finland, att två EU-varumärken och ett äldre finskt varumärke som utgörs av detta kännetecken har registrerats på grundval av den särskiljningsförmåga som förvärvats till följd av användning samt att det finns en varumärkesfamilj som även innehåller nämnda kännetecken.

28 Klaganden har i detta sammanhang understrukit att ett varumärke som har förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning ska åtnjuta samma skydd som ett varumärke med ursprunglig särskiljningsförmåga. Klaganden anser att eftersom kännetecknet VEIKKAUS redan innan ansökan om registrering av det sökta varumärket gavs in hade förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning med avseende på varor och tjänster på området för spel om pengar, ska kännetecknet – utan att det är nödvändigt att göra en ny bedömning – anses utgöra en beståndsdel med särskiljningsförmåga av hela det sökta varumärket och behandlas på samma sätt som vilken annan beståndsdel som helst med ursprunglig särskiljningsförmåga.

29 Klaganden har vidare hävdat att det sökta varumärket inte kan behandlas som ett rent reklambudskap. Klaganden har påpekat att detta varumärke består av två delar, nämligen sloganen ”for better gaming”, som kopplas ihop med huvudvarumärket VEIKKAUS genom ett bindestreck, och vilken har särskiljningsförmåga och gör att det sökta varumärket, betraktat i sin helhet, klart fyller ett varumärkes primära funktion. Klaganden har dessutom understrukit att huvudvarumärket VEIKKAUS presenteras självständigt i det sökta varumärket och att det är åtskilt från sloganen genom ett bindestreck. Det sökta varumärket bildar således inte grammatiskt sett en ”helhet” i vilken ordet ”veikkaus” förekommer med sin ursprungliga betydelse på finska. Klaganden har anfört exempel på EU-varumärken och finska varumärken som kombinerar ett företags huvudvarumärke med en slogan – åtskilda genom ett bindestreck – såsom PAULIG - THIS CUP COUNTS, ASSA ABLOY - CREDENTIALS AS A SERVICE, TEFEL - KUNA RAPEUS RATKAISE och BALLERINA - TÄYTETTÄ TULVILLAAN, och har tillagt att omsättningskretsen är van att träffa på sådana kombinationer på marknaden och direkt förstår att de är avsedda att visa de berörda varornas eller tjänsternas kommersiella ursprung.

30 Klagandebolaget har även åberopat att det är innehavare av två finska varumärken, PAREMMAN PELIN PUOLESTA - VEIKKAUS och VEIKKAUS - ILOA ELÄMÄÄN, vilka är strukturerade på motsvarande sätt som det sökta varumärket. De förstnämnda av dessa omfattar dessutom samma

tjänster som de aktuella tjänsterna. Den finska myndigheten för industriell äganderätt ansåg att dessa varumärken, betraktade som en helhet, hade ursprunglig särskiljningsförmåga. EUIPO:s överklagandenämnd beaktade emellertid inte dessa i vederbörlig ordning.

31 EUIPO har bestritt klagandens argument.

32 Det ska inledningsvis påpekas att det endast var i andra hand som klaganden hade gjort gällande att det sökta varumärket hade förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning i den mening som avses i artikel 7.3 i förordning 2017/1001. Överklagandenämnden prövade därför inte denna fråga, eftersom granskaren inte hade fattat något beslut i detta avseende. Parterna är ense om att huvudfrågan i förevarande mål är vilken betydelse det i förekommande fall ska tillmätas vid bedömningen av huruvida det sökta varumärket i sin helhet har ursprunglig särskiljningsförmåga, i den mening som avses i artikel 7.1 b i förordningen, att ordelementet ”veikkaus” tidigare har registrerats som varumärke på grundval av den särskiljningsförmåga som förvärvats till följd av användning.

33 Tribunalen bekräftar för det första överklagandenämndens bedömning att det sökta varumärket, enligt dess bokstavliga innebörd, av den finska allmänheten kommer att uppfattas så, att det på området för hasardspel betyder ”för ett bättre hasardspel – vadhållning”. Denna bedömning stöds nämligen av de definitioner av ordböcker som återges i punkt 2 i det överklagade beslutet och som klaganden inte har bestritt, av vilka det bland annat framgår att det finska ordet ”veikkaus” hänvisar till vadslagning.

34 I likhet med överklagandenämnden konstaterar tribunalen att en åtskillnad genom ett bindestreck mellan den första delen av det sökta varumärket, bestående av den engelska ordgruppen ”for better gaming”, och den andra delen av detta varumärke, bestående av det finska ordet ”veikkaus”, inte i sig är tillräcklig för att ge varumärket en annan innebörd än den som följer av dess bokstavliga innebörd, såsom den angetts i punkt 33 ovan, och inte heller för att förvanska dess begriplighet för den finskspråkiga allmänheten.

35 För det andra kan klaganden inte klandra överklagandenämnden för att ha beaktat den bokstavliga betydelsen av ordet ”veikkaus” på finska, såsom det erinrats om i punkt 33 ovan, för att dra slutsatsen att det sökta varumärket, betraktat i sin helhet, saknade ursprunglig särskiljningsförmåga i den mening som avses i artikel 7.1 b i förordning 2017/1001.

36 Tribunalen kan närmare bestämt inte godta klagandens påstående att överklagandenämnden borde ha ansett att förekomsten av ordelementet ”veikkaus” i det sökta varumärket, betraktat i sin helhet, gav detta varumärke ursprunglig särskiljningsförmåga enbart på grund av att denna beståndsdel utgjorde ett äldre varumärke som registrerats på grundval av den särskiljningsförmåga som förvärvats till följd av användning och som är välkänt i Finland.

37 Det ska i detta hänseende erinras om att strukturen i artikel 7 i förordning 2017/1001 gör en klar åtskillnad mellan å ena sidan ett kännetecknens inneboende egenskaper och å andra sidan dess egenskaper som förvärvats genom användning på marknaden. Artikel 7.1 b i nämnda förordning avser ett kännetecknens ursprungliga särskiljningsförmåga, medan artikel 7.3 reglerar förvärvad särskiljningsförmåga. Det är först vid tillämpningen av artikel 7.3 i förordning 2017/1001 som verkligt bruk av det kännetecken som en registreringsansökan avser liksom dess renommé ska bedömas (se dom av den 30 mars 2022, Daimler/EUIPO (Återgivning av treuddiga figurelement på svart bakgrund I), T-277/21, ej publicerad, EU:T:2022:194, punkt 25 och där angiven rättspraxis).

38 Det framgår av fast rättspraxis att verkligt bruk av det varumärke som en registreringsansökan avser inte kan påverka dess inneboende särskiljningsförmåga, vilken ska bedömas enbart utifrån den återbildning som getts in med registreringsansökan (se dom av den 2 mars 2022, Distintiva solutions/EUIPO – Makeblock (Makeblock), T-86/21, ej publicerad, EU:T:2022:107, punkt 73 och där angiven rättspraxis).

39 Denna princip är även tillämplig när det inte är verkligt bruk av det sökta varumärket i dess helhet som görs gällande, utan bara av en del av varumärket.

40 I målet Daimler/EUIPO (Återgivning av treuddiga figurelement på svart bakgrund I) (T-277/21, dom av den 30 mars 2022, ej publicerad, EU:T:2022:194), hade tribunalen att uttala sig om huruvida ett mönsterkännetecken som utgjordes av återkommande beståndsdelar i form av stjärnor med tre vita uddar på svart bakgrund. Till stöd för sitt överklagande gjorde klaganden där bland annat gällande att överklagandenämnden hade gjort en felaktig rättstillämpning genom att inte beakta att ett annat varumärke som klaganden var innehavare av var ”välkänt”, vars karakteristiska beståndsdelar återgavs i det aktuella kännetecknet, eftersom det återgav en ”treuddig stjärna i en ring”. I punkt 26 i den domen fann tribunalen att ”[klaganden] inte med framgång kan åberopa vare sig ett verkligt, konkret bruk av det sökta varumärket eller att ett annat varumärke, som skiljer sig från det sökta varumärket, är välkänt”.

41 I målet Quality First/EUIPO (MORE-BIOTIC) (T-243/23, dom av den 13 mars 2024, ej publicerad, EU:T:2024:162), hade tribunalen att pröva ett överklagande av ett beslut av en överklagandenämnd om avslag på ansökan om registrering av ordkännetecknet MORE-BIOTIC med motiveringen att det saknade ursprunglig särskiljningsförmåga i den mening som avses i artikel 7.1 b i förordning 2017/1001. I punkt 44 i den domen underkände tribunalen klagandens argument att ”dess varor som saluförs under kännetecknet MORE är allt mer kända på marknaden” och påpekade att klaganden genom detta varumärke ”i huvudsak erinrar om det verkliga bruket av det sökta varumärket”.

42 När, såsom i förevarande fall, en klagande gör gällande att det sökta varumärket har ursprunglig särskiljningsförmåga, trots EUIPO:s bedömning, ankommer det på klaganden att tillhandahålla konkreta och välgrundade upplysningar till stöd för att det sökta varumärket har ursprunglig särskiljningsförmåga (se dom av den 3 juli 2013, Airbus/harmoniseringskontoret, T-236/12, EU:T:2013:343, punkt 62 och där angiven rättspraxis).

43 För att bidra till fastställandet av ett varumärkes särskiljningsförmåga i den mening som avses i artikel 7.1 b i förordning 2017/1001 ska det visas att konsumenterna inte har behövt vänja sig vid varumärket genom att detta använts, utan att varumärket omedelbart har gjort det möjligt för dem att särskilja de varor och tjänster som omfattas av detta varumärke från konkurrerande företags varor och tjänster (dom av den 7 oktober 2004, Mag Instrument/harmoniseringskontoret, C-136/02 P, EU:C:2004:592, punkt 50).

44 I förevarande fall har klaganden inte visat att det sökta varumärket hade ursprunglig särskiljningsförmåga i den mening som avses i artikel 7.1 b i förordning 2017/1001. Samtliga klagandens argument grundar sig på att ordelementet ”veikkaus” har förvärvat särskiljningsförmåga till följd av omsättningskretsens exponering för denna beståndsdel genom klagandens affärsverksamhet. Klaganden har inte försökt visa att nämnda beståndsdel, och än mindre det sökta varumärket betraktat i sin helhet, uppfattas som särskiljande till följd av sina egna inneboende egenskaper, oberoende av om det dessförinnan har använts på marknaden.

45 Tribunalen instämmer i överklagandenämndens bedömning i punkt 31 i det överklagade beslutet, enligt vilken den bevisning som klaganden lade fram under förfarandet vid EUIPO, avseende bland annat omfattningen av dess affärsverksamhet samt dess omsättning och resultat, inte ger någon information om den ursprungliga särskiljningsförmågan hos det sökta varumärket eller ordelementet ”veikkaus”. Klaganden har för övrigt själv medgett i ansökan att den bevisning som den har lagt fram inte syftar till att visa att detta ordelement har ursprunglig särskiljningsförmåga. Klaganden har inte heller lagt fram någon bevisning, såsom utdrag ur ordböcker, som gör det möjligt att fastställa att ordet ”veikkaus” i sig hänför sig till dess företag eller någon bevisning som visar att detta ord inte längre används i vanligt språkbruk för att beskriva vadhållning.

46 Såsom EUIPO med rätta har gjort gällande skulle ett godtagande av klagandens ståndpunkt i metodhänseende innebära att man bortser från den grundläggande åtskillnad som görs i förordning 2017/1001 mellan bedömningen av ursprunglig särskiljningsförmåga enligt artikel 7.1 b och bedömningen av särskiljningsförmåga som förvärvats till följd av användning, enligt artikel 7.3 i förordningen. Om detta synsätt godtogs skulle det nämligen leda till slutsatsen att räcker att ett ordelement har förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning och återges i ett sökt varumärke bestående av flera beståndsdelar för att varumärket ska kunna anses ha ursprunglig särskiljningsförmåga.

47 Klaganden kan i detta sammanhang inte med framgång åberopa principen att ett varumärke som har förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning, i den mening som avses i artikel 7.3 i förordning 2017/1001, ska åtnjuta samma skyddsnivå som ett varumärke med ursprunglig särskiljningsförmåga i den mening som avses i artikel 7.1 b i denna förordning. Såsom EUIPO med fog har påpekat avser denna princip nämligen endast skyddet för redan registrerade varumärken och inte villkoren för prövning innan ett varumärke registreras.

48 Klagandens argument att företaget är innehavare av en varumärkesfamilj som innehåller ordelementet ”veikkaus” är inte heller relevant. Enligt rättspraxis omfattas inte begreppet varumärkesfamilj av absoluta registreringshinder, utan endast av de relativa registreringshindren. Överklagandenämnden var således skyldig att bedöma det sökta varumärkets särskiljningsförmåga med hänsyn till dess egenskaper, utan att beakta andra påstått liknande varumärken som klaganden innehade (se dom av den 24 september 2025, Quality First/EUIPO (CRAVE NO MORE), T-33/25, ej publicerad, EU:T:2025:886, punkt 31 och där angiven rättspraxis).

49 Av det ovan anförda följer att överklagandenämnden gjorde en riktig bedömning när den beaktade den bokstavliga innebörden av det sökta varumärket, som den finskspråkiga omsättningskretsen uppfattar som att den betyder ”för ett bättre hasardspel – vadhållning”, vid bedömningen av huruvida detta varumärke har ursprunglig särskiljningsförmåga.

50 För att ifrågasätta överklagandenämndens bedömning att det sökta varumärket, på grundval av denna innebörd, för den finskspråkiga omsättningskretsen har ett direkt samband med de aktuella tjänsterna och uppfattas av denna som ett reklambudskap som framhäver dessa tjänsters positiva egenskaper, och inte som en upplysning om tjänsternas kommersiella ursprung, har klaganden i huvudsak anfört två argument, vilka inte kan godtas.

51 Klaganden har för det första hävdat att det sökta varumärket inte utgör en slogan som ”används isolerat”, utan är en kombination av en slogan – ”for better gaming” – och ordelementet ”veikkaus”, vilket utgör klagandens huvudvarumärke och har särskiljningsförmåga. Det sökta

varumärket betraktat i sin helhet uppfattas därför inte som ett rent reklambudskap. Detta påstående utgör emellertid endast en upprepning av de argument som klaganden tidigare har anfört och som redan har underkänts.

52 I motsats till vad klaganden har hävdat utesluter inte förekomsten av ett bindestreck mellan uttrycket ”for better gaming” och ordelementet ”veikkaus” på intet sätt att den finskspråkiga allmänheten kan uppfatta det sökta varumärket som ett reklambudskap avseende de aktuella tjänsterna. Såsom konstaterats ovan hänvisar ordelementet ”veikkaus”, i bokstavlig mening på finska, till ett begrepp som helt överensstämmer med det uttryck som kommer före det, vilket innebär att för denna omsättningskrets utgör det sökta varumärket en logisk helhet som förmedlar ett sådant budskap.

53 Samtidigt ska det konstateras, vad gäller de exempel på EU-varumärken och finska varumärken som klaganden åberopat, där ett företags huvudvarumärke kopplas ihop med en slogan med en bindestreck (se punkt 29 ovan), att klaganden hävdat att det föreligger en strukturell likhet mellan de varumärken som bolaget hänvisat till och det sökta varumärket. En sådan likhet är emellertid inte tillräcklig för att fastställa att det sökta varumärket har ursprunglig särskiljningsförmåga, eftersom denna bedömning ska göras med hänsyn till det själva kännetecknets egenskaper. Klagandens argument grundar sig emellertid fortfarande på den felaktiga premissen att det räcker att ordelementet ”veikkaus”, som motsvarar klagandens huvudvarumärke som har förvärvat särskiljningsförmåga till följd av användning, förekommer i det sökta varumärket för att det sökta varumärket, betraktat i sin helhet, ska anses ha ursprunglig särskiljningsförmåga.

54 Vad för det tredje gäller klagandens argument att dess äldre varumärken registrerade i Finland, PAREMMAN PELIN PUOLESTA - VEIKKAUS och VEIKKAUS - ILOA ELÄMÄÄN, erinrar tribunalen om att systemet med EU-varumärken är ett självständigt system som består av en samling regler och syftar till att uppnå de mål som är specifika för detta system. Det ska därför tillämpas utan hänsyn till de nationella systemen (dom av den 6 september 2018, Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise/EUIPO, C-488/16 P, EU:C:2018:673, punkt 72 och där angiven rättspraxis). Huruvida ett kännetecken kan registreras som EU-varumärke ska således bedömas endast på grundval av den relevanta unionslagstiftningen. EUIPO och, i förekommande fall, unionsdomstolarna, är inte bundna av ett beslut som fattats av en medlemsstat, eller ett tredjeland, enligt vilket ett kännetecken kan registreras som nationellt varumärke (se dom av den 11 maj 2010, Abadía Retuerta/harmoniseringskontoret (CUVÉE PALOMAR), T-237/08, EU:T:2010:185, punkt 137 och där angiven rättspraxis). Så är fallet även om ett sådant beslut har fattats i ett land som ingår i det språkområde som ordkännetecknet härstammar från (se dom av den 14 juni 2007, Europig/harmoniseringskontoret (EUROPIG), T-207/06, EU:T:2007:179, punkt 42 och där angiven rättspraxis).

55 Det följer av samtliga ovan anförda överväganden att överklagandenämnden gjorde en riktig bedömning när den fann att det sökta varumärket saknar särskiljningsförmåga i den mening som avses i artikel 7.1 b i förordning 2017/1001.

56 Av detta följer att överklagandet inte kan vinna bifall såvitt avser den enda grunden. Överklagandet ska således ogillas.

Rättegångskostnader

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

58 Klaganden har förvisso tappat målet, men EUIPO har bara yrkat att klaganden ska förpliktas att ersätta rättegångskostnaderna för det fall förhandling hållits. Eftersom ingen förhandling har hållits ska vardera parten bära sina rättegångskostnader.

Mot denna bakgrund beslutar

TRIBUNALEN (sjunde avdelningen)

följande:

1) Överklagandet ogillas.

2) Vardera parten ska bära sina rättegångskostnader.

Kecsmár Madise Nihoul

Avkunnad vid offentligt sammanträde i Luxemburg den 1 juli 2026.

Underskrifter