DOMSTOLENS DOM (fjärde avdelningen)

den 24 juni 2010*

I mål C-51/09 P,

angående ett överklagande enligt artikel 56 i domstolens stadga, som ingavs den 3 februari 2009,

Barbara Becker, Miami (Förenta staterna), företrädd av P. Baronikians, Rechtsanwalt,

klagande,

i vilket de andra parterna är:

Harman International Industries, Inc., med säte i Northridge (Förenta staterna), företrätt av M. Vanhegan, barrister,

sökande i första instans,

Byrån för harmonisering inom den inre marknaden (varumärken, mönster och modeller) (harmoniseringsbyrån), företrädd av G. Schneider, i egenskap av ombud,

svarande i första instans,

meddelar

* Rättegångsspråk: engelska.

DOMSTOLEN (fjärde avdelningen)

sammansatt av avdelningsordföranden J.-C. Bonichot samt domarna C. Toader, K. Schiemann, P. Kūris (referent) och L. Bay Larsen,

generaladvokat: P. Cruz Villalón,
justitiesekreterare: handläggaren C. Strömholm,

efter det skriftliga förfarandet och förhandlingen den 11 februari 2010,

och efter att den 25 mars 2010 ha hört generaladvokatens förslag till avgörande,

följande

Dom

1 Barbara Becker har yrkat att domstolen ska upphäva den dom som meddelades av Europeiska gemenskapernas förstainstansrätt den 2 december 2008 i mål T-212/07, Harman International Industries mot harmoniseringsbyrån – Becker (Barbara Becker) (REG 2008, s. II-3431) (nedan kallad den överklagade domen). Genom denna dom ogiltigförklarade förstainstansrätten det beslut som fattats av harmoniseringsbyråns första överklagandenämnd den 7 mars 2007 (ärende R 502/2006-1) (nedan kallat det omtvistade beslutet) om upphävande av invändningsenhetens beslut att bifalla den invändning som framställts av Harman International Industries, Inc. (nedan kallat Harman) mot ansökan om registrering som gemenskapsvarumärke av ordmärket Barbara Becker.

Tillämpliga bestämmelser

2 I artikel 8.1 b i rådets förordning (EG) nr 40/94 av den 20 december 1993 om gemenskapsvarumärken (EGT L 11, 1994, s. 1; svensk specialutgåva, område 17, volym 2, s. 3), föreskrivs följande:

”Om innehavaren av ett äldre varumärke invänder skall det varumärke som ansökan gäller inte kunna registreras

…

b) om det – på grund av att det är identiskt med eller liknar det äldre varumärket och de varor eller tjänster som omfattas av varumärkena är identiska eller är av liknande slag – föreligger en risk att allmänheten förväxlar dem inom det område där det äldre varumärket är skyddat, inbegripet risken för att varumärket associeras med det äldre varumärket.”

3 I artikel 8.2 a i förordning nr 40/94 föreskrivs att med ”äldre varumärken” avses särskilt gemenskapsvarumärken för vilka ansökan om registrering gjorts tidigare än ansökan om registrering av gemenskapsvarumärket.

Bakgrund till tvisten

4 Barbara Becker ingav den 19 november 2002 en ansökan om registrering som gemenskapsvarumärke av ordmärket Barbara Becker till harmoniseringsbyrån.

5 De varor som registreringsansökan avsåg omfattas av klass 9 i Niceöverenskommelsen om internationell klassificering av varor och tjänster vid varumärkesregistrering av den 15 juni 1957, med ändringar och tillägg, och motsvarar följande beskrivning:

”Vetenskapliga, nautiska, elektriska, fotografiska, kinematografiska och optiska apparater och instrument samt apparater och instrument för lantmäteri, besiktning, vägning, mätning, signalering, kontroll (övervakning), livräddning och undervisning; apparater för inspelning, upptagning, sändning eller återgivning av ljud och bilder; magnetiska databärare, grammofonskivor; försäljningsautomater samt mekanismer för myntstyrda apparater; kassaapparater, räknemaskiner, databehandlingsutrustningar och datorer.”

6 Harman framställde den 24 juni 2004, med stöd av artikel 8.1 b och 8.5 i förordning nr 40/94, en invändning mot registreringen av varumärket Barbara Becker för samtliga varor som avses med detta varumärke. Invändningen grundades på gemenskapsordmärket BECKER ONLINE PRO nr 1823228, vilket hade registrerats den 1 juli 2002, och på ansökan nr 1944578 av den 2 november 2000 om registrering som gemenskapsvarumärke av ordmärket BECKER, vilket registrerades den 17 september 2004 för diverse varor i denna klass 9.

7 Genom beslut av den 15 februari 2005 biföll harmoniseringsbyråns invändningsenhet Harmans invändning, eftersom det förelåg risk för förväxling mellan de motstående varumärkena. Invändningsenheten fann att de varor som omfattades av dessa varumärken var identiska och att det i ett helhetsperspektiv förelåg likhet mellan varumärkena, eftersom de uppvisade en medelhög grad av visuell och fonetisk likhet och eftersom de i begreppsmässigt hänseende var identiska av den anledningen att de hänförde sig till samma efternamn.

8 Barbara Becker överklagade den 11 april 2006 invändningsenhetens beslut, vilket sedermera upphävdes genom det omtvistade beslutet. Harmoniseringsbyråns första överklagandenämnd (nedan kallad överklagandenämnden) fann, i det omtvistade beslutet, att de varor som omfattades av de motstående varumärkena delvis var identiska och delvis av liknande slag. Den gjorde åtskillnad mellan varor som riktade sig till den stora allmänheten, varor som riktade sig till fackmän och varor som riktade sig till såväl fackmän som den stora allmänheten, och därför utgjorde en mellankategori.

9 Vad gäller de motstående kännetecknen gjorde överklagandenämnden enbart en jämförelse mellan det äldre ordmärket BECKER och det sökta varumärket Barbara Becker. Den konstaterade att det endast förelåg en viss grad av visuell och fonetisk likhet mellan dessa kännetecken. Överklagandenämnden fann däremot att kännetecknen, i begreppsmässigt hänseende, klart kunde särskiljas i Tyskland och i övriga länder inom Europeiska unionen, eftersom omsättningskretsen uppfattade varumärket Barbara Becker i sin helhet och inte som en sammanslagning av Barbara och Becker. Överklagandenämnden slog även fast att Barbara Becker var känd i Tyskland, medan namnet Becker var ett allmänt utbrett efternamn. Den fann följaktligen att skillnaderna mellan de aktuella kännetecknen var tillräckligt stora för att risk för förväxling skulle kunna uteslutas.

10 Därutöver fann överklagandenämnden att villkoret för tillämpning av artikel 8.5 i förordning nr 40/94 – enligt vilket det måste finnas en sådan grad av likhet mellan de motstående varumärkena att omsättningskretsen får uppfattningen att det finns ett samband mellan dem – inte var uppfyllt i det aktuella fallet.

Talan vid förstainstansrätten och den överklagade domen

11 Harman yrkade, genom ansökan som inkom till förstainstansrättens kansli den 15 juni 2007, att det omtvistade beslutet skulle ogiltigförklaras. Till stöd för sin talan åberopade Harman två grunder, nämligen åsidosättande av artikel 8.1 b respektive artikel 8.5 i förordning nr 40/94.

12 Med hänvisning till den första av dessa grunder biföll förstainstansrätten talan och ogiltigförklarade, genom den överklagade domen, det omtvistade beslutet. Förstainstansrätten fann att överklagandenämnden felaktigt hade bedömt att de motstående varumärkena klart kunde särskiljas. I punkt 33 i den överklagade domen fann förstainstansrätten att, i likhet med överklagandenämndens bedömning, de motstående varumärkena i viss mån liknade varandra i visuellt och fonetiskt hänseende. Därefter fann förstainstansrätten, i punkt 34 i domen, att överklagandenämnden hade gjort en felaktig bedömning avseende betydelsen av beståndsdelen Becker i förhållande till beståndsdelen Barbara.

13 Genom att hänvisa till sin dom av den 1 mars 2005 i mål T-185/03, Fusco mot harmoniseringsbyrån – Fusco International (ENZO FUSCO) (REG 2005, s. II-715), punkt 54, konstaterade förstainstansrätten i punkt 35 i den överklagade domen att det har medgetts i rättspraxis att konsumenter, åtminstone i Italien, i allmänhet anser att ett efternamn har högre särskiljningsförmåga än ett förnamn, då sådana förekommer i ett varumärke. Förstainstansrätten tillerkände därför efternamnet Becker högre särskiljningsförmåga än förnamnet Barbara i varumärket Barbara Becker.

14 I punkt 36 i den överklagade domen konstaterade förstainstansrätten att även om Barbara Becker är berömd i Tyskland, eftersom hon har varit gift med Boris Becker, innebar inte denna omständighet att de motstående varumärkena i begreppsmässigt hänseende inte liknar varandra. Förstainstansrätten fann att de två varumärkena hänförde sig till samma efternamn och att det således förelåg en likhet dem emellan.

Detta gjorde sig än mer gällande eftersom beståndsdelen Becker i varumärket Barbara Becker, i egenskap av efternamn, kunde tillmätas högre särskiljningsförmåga i en del av unionen än beståndsdelen Barbara, som bara är ett förnamn.

15 Genom att hänvisa till dom av den 6 oktober 2005 i mål C-120/04, Medion (REG 2005, s. I-8551), punkterna 30 och 37, konstaterade förstainstansrätten, i punkt 37 i den överklagade domen, att även om beståndsdelen Becker inte var den dominerande beståndsdelen i det sammansatta varumärket, uppfattades den som ett efternamn, vilket i allmänhet används för att beteckna en person. Förstainstansrätten fann således att beståndsdelen Becker behöll en självständig kännetecknande ställning i det sammansatta varumärket.

16 Förstainstansrätten konstaterade att det var ostridigt att de varor som avsågs med de motstående varumärkena var identiska eller av liknande slag och att dessa varumärken uppvisade likheter i visuellt, fonetiskt och begreppsmässigt hänseende. Förstainstansrätten fann således, i punkt 40 i den överklagade domen, att det förelåg risk för förväxling mellan varumärkena, även om de aktuella varorna var avsedda för en målgrupp med en relativt hög uppmärksamhetsnivå.

17 Förstainstansrätten fann, i punkterna 41 och 42 i den överklagade domen att harmoniseringsbyråns argument, enligt vilket ett sammansatt varumärke endast kan anses likna ett annat varumärke om den beståndsdel som är gemensam för varumärkena är den dominerande beståndsdelen i det helhetsintryck som det sammansatta varumärket åstadkommer, inte föranledde någon annan bedömning. Förstainstansrätten avfärdade även Barbara Beckers argument om att rättspraxis avseende sammansatta varumärken inte skulle vara tillämplig i förevarande fall, eftersom varumärket Barbara Becker utgörs av ett förnamn och ett efternamn.

Parternas yrkanden

18 Klaganden har yrkat att domstolen ska upphäva den överklagade domen i den del som det omtvistade beslutet ogiltigförklaras och klaganden förpliktas att betala rättegångskostnaderna. Klaganden har även yrkat att motparten i målet om överklagande ska förpliktas att ersätta rättegångskostnaderna.

19 Harman har i huvudsak yrkat att överklagandet ska ogillas och att klaganden ska förpliktas att ersätta rättegångskostnaderna.

20 Harmoniseringsbyrån har yrkat att domstolen ska upphäva den överklagade domen och förplikta Harman att ersätta harmoniseringsbyråns rättegångskostnader.

Överklagandet

Parternas argument

21 Barbara Becker har till stöd för sitt överklagande åberopat en enda grund, vilken hänför sig till ett åsidosättande av artikel 8.1 b i förordning nr 40/94. Hon har gjort gällande att förstainstansrätten gjorde en felaktig bedömning när den fann att det förelåg likheter mellan de motstående varumärkena. Förstainstansrätten tillämpade därmed denna bestämmelse på ett felaktigt sätt när den konstaterade att det fanns risk för förväxling.

22 Barbara Becker har gjort gällande att förstainstansrätten felaktigt grundade sin bedömning på sin dom i det ovannämnda målet Fusco mot harmoniseringsbyrån – Fusco International (ENZO FUSCO), enligt vilken italienska konsumenter anser att ett efternamn har högre särskiljningsförmåga än ett förnamn, då sådana förekommer i ett varumärke. Hon har i detta avseende gjort gällande att förstainstansrätten i en senare dom av den 12 juli 2006 i mål T-97/05, Rossi mot harmoniseringsbyrån – Marcorossi (MARCOROSSI) (REG 2006, s. II-54), punkterna 46 och 47, fann att en så generell regel inte automatiskt var tillämplig på vilken situation som helst, eftersom varje fall ska prövas för sig. Förstainstansrätten fann i denna dom att efternamnet, vilket de båda varumärkena i målet hade gemensamt, inte var tillräckligt dominerande i dessa varumärken för att det skulle finnas risk för förväxling.

23 Barbara Becker har vidare gjort gällande att förstainstansrätten från domen i det ovannämnda målet Medion felaktigt drog slutsatsen att beståndsdelen Becker hade en självständig kännetecknande ställning i det sammansatta varumärket och därför fann att de två motstående varumärkena liknade varandra. I denna dom slogs endast fast att det inte räcker att en tredje man lägger till sitt företags firma till ett registrerat varumärke för att han ska kunna åberopa ett skydd för sitt sammansatta varumärke. Domen kan i vart fall inte förstås så, att den påbjuder en generell regel om att vilken beståndsdel som helst som två varumärken har gemensamt ska anses vara särskiljande, även om den inte är dominerande.

24 Nämnda dom avser dessutom varumärken som inte kan jämföras med de motstående varumärkena i förevarande mål. I förevarande fall är det inte fråga om en efterbildning av ett äldre varumärke, till vilken man har lagt ett företags firma, utan en ändring av det äldre varumärket genom att ett förnamn har lagts till före efternamnet. Omsättningskretsen uppfattar kännetecknet Barbara Becker som namnet på en person av kvinnligt kön, medan det mycket vanliga namnet Becker inte är tillräckligt individualiserat för att det ska kunna anses föreligga någon likhet i begreppsmässigt hänseende mellan de aktuella varumärkena. Förstainstansrätten tillämpade således artikel 8.1 b i förordning nr 40/94 på ett felaktigt sätt då den konstaterade att beståndsdelen Barbara bara var ett förnamn. Att detta förnamn läggs till påverkar på ett avgörande sätt det helhetsintryck som det sökta varumärket åstadkommer, eftersom efternamnet Becker ges en helt ny begreppsmässig innebörd.

25 Harmoniseringsbyrån har i huvudsak anslutit sig till de grunder som klaganden har åberopat. Harmoniseringsbyrån har gjort gällande att förstainstansrätten inte beaktade samtliga relevanta omständigheter i det enskilda fallet när den prövade huruvida det förelåg risk för förväxling. Förstainstansrätten beaktade felaktigt bedömningen av de faktiska omständigheterna som gjordes i domen i det ovannämnda målet Fusco mot harmoniseringsbyrån – Fusco International (ENZO FUSCO), som om denna uttryckte en rättsregel. Förstainstansrätten tillämpade även automatiskt den rättspraxis som följer av domen i det ovannämnda målet Medion.

26 Förstainstansrätten underlät särskilt att beakta att det namn som figurerar i det sökta varumärket är ett mycket vanligt tyskt efternamn. Förstainstansrätten avstod, i punkt 36 i den överklagade domen, från att pröva huruvida den omständigheten att Barbara Becker är en känd person kunde förta verkan av de föreliggande fonetiska och visuella likheterna. På så sätt fann förstainstansrätten felaktigt att beståndsdelen Becker hade en självständig kännetecknande ställning, utan att ha prövat vilken inverkan som Barbara Beckers kändisskap kunde ha på konsumenternas uppfattning.

27 Under förhandlingen har harmoniseringsbyrån även gjort gällande att förstainstansrätten gjorde en felaktig rättslig bedömning då den – utifrån sitt konstaterande att kännetecknets andra del hade en dominerande särskiljningsförmåga i förhållande till dess första del – fann att kännetecknets andra del även hade en självständig kännetecknande ställning.

28 Harman däremot har bestritt den grund som klaganden har åberopat. Harman har gjort gällande det framgår av den överklagade domen att förstainstansrätten, till skillnad från vad klaganden har påstått, endast upplysningsvis hänvisade till domen i det ovannämnda målet Fusco mot harmoniseringsbyrån – Fusco International (ENZO FUSCO). Förstainstansrätten härledde inte någon allmänt tillämplig rättsregel från denna dom. Harman har även gjort gällande att denna hänvisning inte var avgörande i det resonemang som förstainstansrätten använde sig av för att komma till slutsatsen att det förelåg risk för förväxling.

29 Harman stödjer förstainstansrättens bedömning avseende beståndsdelen Beckers självständiga kännetecknande ställning, vilken enligt Harman är förenlig med domen i det ovannämnda målet Medion.

Domstolens bedömning

30 Eftersom klaganden har kritiserat förstainstansrätten för att ha tillämpat artikel 8.1 b i förordning nr 40/94 på ett felaktigt sätt, erinrar domstolen om att i enlighet med denna bestämmelse ska en ansökan om varumärkesregistrering avslås om innehavaren av ett äldre varumärke framställer en invändning och om det – på grund av att det sökta varumärket är identiskt med eller liknar det äldre varumärket och de varor eller tjänster som omfattas av varumärkena är identiska eller är av liknande slag – föreligger en risk att allmänheten förväxlar dem inom det område där det äldre varumärket är skyddat.

31 Det framgår härvidlag av fast rättspraxis att det föreligger risk för förväxling i den mening som avses i artikel 8.1 b i förordning nr 40/94, om det finns risk för att allmänheten kan tro att varorna eller tjänsterna i fråga kommer från samma företag eller, i förekommande fall, från företag med ekonomiska band (se dom av den 12 juni 2007 i mål C-334/05 P, harmoniseringsbyrån mot Shaker, REG 2007, s. I-4529, punkt 33, av den 20 september 2007 i mål C-193/06 P, Nestlé mot harmoniseringsbyrån, REG 2007, s. I-114, punkt 32, samt, för ett liknande resonemang, angående rådets första direktiv 89/104/EEG av den 21 december 1988 om tillnärmningen av medlemsstaternas varumärkeslagar (EGT L 40, 1989, s. 1; svensk specialutgåva, område 13, volym 17, s. 178), dom av den 29 september 1998 i mål C-39/97, Canon, REG 1998, s. I-5507, punkt 29, och av den 22 juni 1999 i mål C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer, REG 1999, s. I-3819, punkt 17, och i det ovannämnda målet Medion, punkt 26).

32 Vid prövningen av huruvida det föreligger risk för förväxling hos allmänheten ska det göras en helhetsbedömning mot bakgrund av samtliga relevanta faktorer i det enskilda fallet (se, för ett liknande resonemang, dom av den 11 november 1997 i mål C-251/95, SABEL, REG 1997, s. I-6191, punkt 22, samt domarna i de ovannämnda målen Lloyd Schuhfabrik Meyer, punkt 18, Medion, punkt 27, harmoniseringsbyrån mot Shaker, punkt 34, och Nestlé mot harmoniseringsbyrån, punkt 33).

33 Det följer likaså av fast rättspraxis att helhetsbedömningen av risken för förväxling, vad gäller varumärkenas visuella likhet, ljudlikhet eller begreppsmässiga likhet, ska grunda sig på det helhetsintryck som varumärkena åstadkommer med hänsyn särskilt till deras särskiljande och dominerande beståndsdelar. Den uppfattning som genomsnittskonsumenten av de ifrågavarande varorna och tjänsterna har av varumärkena

är av avgörande betydelse vid helhetsbedömningen av risken för förväxling. Genomsnittskonsumenten uppfattar vanligtvis ett varumärke som en helhet och ägnar sig inte åt att undersöka varumärkets olika detaljer (se, för ett liknande resonemang, domarna i de ovannämnda målen SABEL, punkt 23, Lloyd Schuhfabrik Meyer, punkt 25, Medion, punkt 28, harmoniseringsbyrån mot Shaker, punkt 35, och Nestlé mot harmoniseringsbyrån, punkt 34).

34 Domstolen fann dock, i punkterna 30 och 31 i domen i det ovannämnda målet Medion, att – bortsett från att en genomsnittskonsument i vanliga fall uppfattar ett varumärke som en helhet – det inte kan uteslutas att ett äldre varumärke, som i ett enskilt fall används av tredje man i ett sammansatt kännetecken som inbegriper tredje mannens firma, behåller en självständig kännetecknande ställning i det sammansatta kännetecknet, utan att det för den skull utgör en dominerande beståndsdel. Under sådana omständigheter kan helhetsintrycket av det sammansatta kännetecknet leda allmänheten till att tro att varorna eller tjänsterna i fråga härrör från företag som åtminstone har ekonomiska band. Om så är fallet anses det föreligga förväxlingsrisk.

35 Efter att ha erinrat om samtliga regler som nämnts ovan i punkterna 30–33 gjorde förstainstansrätten, inom ramen för sin prövning av de motstående varumärkenas likhet i begreppsmässigt hänseende, i huvudsak följande bedömningar: Konsumenter, i en del av unionen, anser i allmänhet att ett efternamn har högre särskiljningsförmåga än ett förnamn, då sådana förekommer i ett ordkännetecken. Beståndsdelen Becker i det sökta varumärket ansågs därför kunna tillmätas högre särskiljningsförmåga än beståndsdelen Barbara. Den omständigheten att Barbara Becker var berömd i Tyskland saknade betydelse för de motstående varumärkenas likhet, eftersom de båda hänförde sig till samma efternamn och beståndsdelen Barbara bara var ett förnamn. Beståndsdelen Becker behöll en självständig kännetecknande ställning i det sammansatta varumärket Barbara Becker, eftersom den uppfattades det som ett efternamn.

36 Det kan visserligen vara så att efternamnet, i en del av unionen, i allmänhet anses ha högre särskiljningsförmåga än förnamnet. De särskilda omständigheterna i det enskilda fallet måste emellertid beaktas, i synnerhet att det aktuella efternamnet är ovanligt eller tvärtom allmänt utbrett, eftersom denna omständighet kan påverka särskiljningsförmågan. Så är fallet med namnet Becker som av överklagandenämnden har bedömts som vanligt förekommande.

37 Att den som ansöker om att få sitt för- och efternamn gemensamt registrerade som varumärke eventuellt är berömd, ska också beaktas. Denna omständighet kan, när allt kommer omkring, påverka hur omsättningskretsen uppfattar varumärket.

38 Det bör påpekas att ett efternamn, i ett sammansatt varumärke, inte i varje enskilt fall behåller en självständig kännetecknande ställning enbart till följd av att det uppfattas som ett efternamn. För att en sådan ställning ska anses föreligga måste nämligen en helhetsbedömning mot bakgrund av samtliga relevanta faktorer i det enskilda fallet ha gjorts.

39 Skälen för förstainstansrättens bedömning att det förelåg likhet i begreppsmässigt hänseende mellan de motstående varumärkena, om det bedömdes att de överensstämmer med artikel 8.1 b i förordning nr 40/94, skulle – såsom generaladvokaten framhöll i punkt 59 i sitt förslag till avgörande – leda till att alla efternamn som utgör ett äldre varumärke skulle kunna utgöra hinder för registrering av ett sammansatt varumärke som består av ett förnamn och detta efternamn. Detta skulle då även gälla till exempel när efternamnet är vanligt förekommande eller när tillägget av ett förnamn påverkar hur omsättningskretsen, i begreppsmässigt hänseende, uppfattar det på detta vis sammansatta varumärket.

40 Av det ovanstående framgår att förstainstansrätten gjorde en felaktig rättstillämpning när den grundade sin prövning av varumärkeslikheten i begreppsmässigt hänseende på generella hänsynstaganden från rättspraxis, utan att pröva samtliga relevanta omständigheter i det enskilda fallet. Domstolen finner således att förstainstansrätten inte uppfyllde kravet på att göra en helhetsbedömning av huruvida det föreligger risk för förväxling mot bakgrund av samtliga relevanta faktorer i det enskilda fallet baserad på det helhetsintryck som de motstående varumärkena åstadkommer.

41 Därav följer att överklagandet ska vinna bifall på den grunden att förstainstansrätten åsidosatte artikel 8.1 b i förordning nr 40/94. Den överklagade domen ska således upphävas och målet ska återförvisas till tribunalen.

42 Eftersom målet återförvisas till tribunalen ska frågan om rättegångskostnader avseende detta överklagande anstå.

Mot denna bakgrund beslutar domstolen (fjärde avdelningen) följande:

1) Den dom som meddelades av Europeiska gemenskapernas förstainstansrätt den 2 december 2008 i mål T-212/07, Harman International Industries mot harmoniseringsbyrån – Becker (Barbara Becker), upphävs.

2) Målet återförvisas till Europeiska unionens tribunal.

3) Frågan om rättegångskostnader anstår.

Underskrifter