




MERKETYPE	VAREMERKE	PRODUKT	REGISTRERBART	BEGRUNNELSE
Ord	ROXY	Frisørtjeneste	✓	<p>Hvorfor? Merket beskriver ikke tjenesten, og har særpreg. Forbrukeren kan derfor skille din frisørsalong fra andres.</p> <p>Enerett: Du får enerett til ROXY, og kan fritt utforme ordet i andre skrifttyper.</p>
Ord	Oslo frisør	Frisørtjeneste	⊘	<p>Hvorfor ikke? Sier bare hva slags tjeneste det er og hvor den utføres. Det må også andre frisører i Oslo kunne bruke fritt.</p>
Kombinert		Frisørtjeneste	⊘	<p>Hvorfor ikke? Sier bare hva slags tjeneste det er og hvor den utføres. Skriftens font og farge er ikke spesiell nok til at man vil tro dette er varemerket til én konkret frisør i Oslo.</p>
Ord	Simply the best	Arkitekttjenester	⊘	<p>Hvorfor ikke? Beskriver tjenestens kvalitet. Fremstår som rent reklameutsagn og må kunne brukes fritt av flere.</p>
Figur		Reklamebyrå	✓	<p>Hvorfor? Merket har særpreg og forbrukeren kan dermed skille ditt reklamebyrået fra andres.</p> <p>Enerett: Du får enerett til denne avbildningen av jordbær brukt som varemerke for reklamebyrå.</p>
Figur		Syltetøy	⊘	<p>Hvorfor ikke? Forbrukeren vil oppfatte at syltetøyet inneholder jordbær, og vil ikke kunne skille det fra andre produsenter av jordbærsyltetøy.</p>

Kombinert



Syltetøy



Hvorfor? Ordet «Fridas» gjør at forbruker kan gjenkjenne produktet og syltetøyprodusenten.

Enerett: Du får enerett til ordet «Fridas» i denne konteksten, men ikke til ordet syltetøy og det som er en vanlig etikett for jordbærsyltetøy.

Kombinert



Kaffe



Hvorfor? En forbruker kan gjenkjenne sammenstillingen av teksten og skilpadden som varemerke for en bestemt produsents kaffe.

Enerett: Du får ikke enerett til teksten, fordi den bare sier noe om kaffens egenskap.

Kombinert



Kaffe



Hvorfor ikke? Viser bare bilde av produktet og sier noe om produktets egenskaper. Derfor vanskelig for forbruker å skille din kaffe fra andre produsenters.