SØ- OG HANDELSRETTEN
KENDELSE

afsagt den 25. april 2025

Sag BS-2099/2025-SHR

Comeback Camp ApS
(advokat Michael Hansen)

mod

Komeback ApS
(advokat Daniella Maria Hedehøj)

Denne afgørelse er truffet af vicepræsident Jette-Marie Sonne og de sagkyndige dommere Gitte Forsberg og Rasmus B. Muff.

Sagens baggrund og parternes påstande
Retten har modtaget sagen den 14. januar 2025.

Sagen drejer sig om, hvorvidt Komeback ApS ved at anvende betegnelsen "Komeback" handler i strid med Comeback Camp ApS' rettigheder efter varemærkeloven, markedsføringsloven og selskabsloven.

Comeback Camp ApS har fremsat følgende påstande:

1. Det forbydes Komeback at bruge betegnelsen "Komeback" eller dermed forvekslelige betegnelser, herunder som selskabsnavn, forretningskendetegn, domænenavn og på sociale medier.

2. Komeback påbydes at ændre selskabsnavnet, domænenavnet og navnet på profiler på sociale medier, således at betegnelsen "Komeback" udgår.

3. Komeback påbydes at tilbagekalde og destruere alt markedsføringsmateriale, herunder beklædningsgenstande, som måtte indeholde betegnelsen "Komeback" eller dermed forvekslelige betegnelser.

Comeback Camp ApS har fremsat påstand om, at der ikke skal stilles sikkerhed.

Komeback ApS har påstået frifindelse, subsidiært at forbud bliver gjort betinget af, at Comeback Camp ApS stiller sikkerhed.

Oplysningerne i sagen

Parterne
Comeback Camp ApS, CVR 37 87 08 89, blev registreret hos Erhvervsstyrelsen den 12. juli 2016. Poul Kellberg har siden stiftelsen været direktør og reel ejer. Selskabets branchekode er "889990 Andre sociale foranstaltninger uden institutionsophold i.a.n." Selskabets formål er at drive en virksomhed, hvor der stilles et anonymt rådgivningstilbud til rådighed over for en målgruppe, som skal søges i bandemiljø, ekstremistisk miljø m.v.

Comeback Camp ApS har følgende P-enheder med branchekoden "889990 Andre sociale foranstaltninger uden institutionsophold i.a.n.":

- Comeback Camp ApS
- Comeback Community
- Comeback Kitchen
- Comeback WoodShop

Comeback Camp ApS havde ifølge årsrapporten for 2023 en bruttofortjeneste i 2022 på ca. 3,4 mio. kr. og en bruttofortjeneste i 2023 på ca. 4,8 mio. kr.

Den 26. januar 2023 blev selskabet "Comeback Rookie ApS" oprettet med Poul Kellberg som direktør og reel ejer med 33,33 %. Selskabets P-enheder er "Comeback Rookie ApS" og "Comeback Rookie København".

Komeback ApS, CVR 44 74 16 95, blev registreret hos Erhvervsstyrelsen den 4. april 2024. Youssef Assouik har siden stiftelsen været direktør og reel ejer med 51 % af anparterne. Selskabets branchekode er "889990 Andre sociale foranstaltninger uden institutionsophold i.a.n." Selskabets formål er at drive virksomhed med andre sociale foranstaltninger uden institutionsophold samt enhver i forbindelse hermed stående virksomhed.

Komeback ApS havde ifølge årsrapporten for 2024 (perioden 4. april 2024 – 31. december 2024) en bruttofortjeneste på ca. 450.000 kr.

Varemærket

Det fremgår, at Comeback Camp ApS er indehaver af figurmærket COMEBACK, som er registreret hos Patent- og Varemærkestyrelsen den 17. september 2024 efter ansøgning indgivet den 29. maj 2024. Registreringen er sket i Nice-klasserne 25, 41, 44 og 45.

Comeback Camp ApS er ikke indehaver af "Comeback" som registreret ordmærke.

En tjekkisk virksomhed (Titanium Corporation S.R.O.) har siden den 9. november 2017 været indehaver af "Comeback" som ordmærke i Nice-klasse 25 (beklædningsgenstande m.v.).

Comeback Camp ApS' bilag som dokumentation for ibrugtagning af "Comeback" som ordmærke

- Udateret artikel fra Økonomer Uden Grænser, hvor betegnelsen for Comeback Camp ApS angives som "Comeback".
- Flere opslag i 2024 på Comeback Rookie ApS' LinkedIn side, hvor Comeback Camp ApS omtales som "Comeback", og hvor #comebackrookie, #comebackcamp, #comebackkonstruction og #comebackwoodshop omtales.
- Artikel den 24. august 2024 på dr.dk, hvor betegnelsen for Comeback Camp ApS angives som "Comeback", og hvor P-enheden "Comeback WoodShop" omtales.
- Artikel den 27. september 2023 på radio4.dk, hvor Comeback Camp omtales.
- Artikel den 19. maj 2022 i Århus Stiftstidende, hvor betegnelsen for Comeback Camp ApS angives som "Comeback", og hvor P-enheden "Comeback WoodShop" samt "Comeback Gym" og "Comeback Streetwear" omtales.
- Artikel den 6. december 2021 i Politiken, hvor Comeback Camp ApS angives som "Comeback Camp".
- Artikel den 28. august 2021 i Avisen Danmark, hvor betegnelsen for Comeback Camp ApS angives som "Comeback".
- Artikel den 6. oktober 2020 på dr.dk/nyheder, hvor betegnelsen for Comeback Camp ApS angives som "Comeback".
- Midtvejsevaluering for perioden september 2018 – september 2019, udarbejdet af Økonomer uden Grænser, hvor betegnelsen for Comeback Camp ApS angives som "Comeback".
- Artikel den 26. september 2018 på dr.dk/nyheder, hvor betegnelsen for Comeback Camp ApS angives som "Comeback".
- Opslag den 22. november 2017 på Comeback Camp ApS' Facebookside, hvor "Comeback Industries" omtales.
- Opslag den 25. oktober 2017 på Comeback Camp ApS' Facebookside, hvor "Comeback Industries" omtales.

- Artikel den 25. august 2017 på denoffentlige.dk, hvor betegnelsen for Comeback Camp ApS angives som "Comeback", og hvor det nævnes, at Poul Kellberg er leder af "Comeback Industries".
- Opslag den 20. juni 2017 på Comeback Camp ApS' Facebookside, hvor "Comeback Industries" omtales.
- Artikel den 25. november 2016 på dr.dk/nyheder, hvor betegnelsen for Comeback Camp ApS angives som "Comeback".
- Artikel den 6. oktober 2016 i Euroman, hvor betegnelsen for Comeback Camp ApS angives som "Comeback". Af læsertal fra Index Danmark/Gallup fremgår, at Euroman havde godt og vel 200.000 besøgende på hjemmesiden pr. halvår i 2016.
- Artikel den 11. august 2016 på dr.dk/nyheder, hvor betegnelsen for Comeback Camp ApS angives som "Comeback".
- Foto af program den 17. juni 2016 for Comeback Camp ApS' deltagelse i Folkemødet på Bornholm.
- Artikel den 17. juni 2016 på tv2ostjylland.dk, hvor betegnelsen for Comeback Camp ApS angives som "Comeback".
- Årsrapport for Bikubenfonden for 2016, hvor betegnelsen for Comeback Camp ApS angives som "Comeback", og hvor der nævnes "Comebackprogrammet", "Comeback Industries" og "Comeback Cleaning".

Comeback Camp ApS har desuden fremlagt udskrifter fra Way Back Machine, som viser brugen af ordet "Comeback" på Comeback Camp ApS' hjemmeside tilbage fra maj 2013.

Korrespondance forud for forbudssagens anlæg den 14. januar 2025
I perioden fra Comeback Camp ApS' første henvendelse til Komeback ApS den 4. maj 2024 og frem pågik der udenretligt korrespondance mellem parterne.

Forklaringer
Poul Kellberg har forklaret, at han er stifter, indehaver og direktør for Comeback Camp ApS. Han etablerede aktiviteterne i 2010. Han er uddannet pædagog og kriminolog. Han har siden 2010 rejst frem og tilbage mellem København og Århus.

Der er knopskudt ting ud af Comeback Camp, fx Comeback Gym. De enkelte grene har tilknytning til hinanden og udføres fra samme lokaler. Comeback Camp udsprang af et styrelsesprojekt, specifikt med fokus på antiradikalisering. Comeback Camp vandt et udbud. Selvom antiradikalisering var i fokus dengang, er det ikke kun det, de laver i dag. Omdrejningspunktet er nu udsatte børn og unge. I Århus er der også fokus på voksne og familier, som er marginaliserede og har brug for fleksibel støtte, hvor der kan rykkes ud på forskellige tidspunkter af døgnet.

Han startede den 1. november 2010 Greve Fightclub Comeback, som var et bokseprojekt. Dette gik imidlertid konkurs. Den 1. juli 2011 stiftede han et selskab ved navn Comeback Program. I 2015 fik han kontor via Comeback Industries på Enghavevej. Han startede op i Århus i marts 2017. Comeback Rookie blev oprettet i Comeback Camp regi, men i 2023 blev det skudt ud til et selskab i selvstændigt regi.

Comeback opererer i Århus og i København. De har træningscenter på Jagtvej i København og i Århus. De opererer under støtteparagraffer i barnets lov og serviceloven. De har også ressourceforløb, afklaringsforløb m.v. Det handler om at hjælpe børn, unge, voksne og familier med at ændre deres livssituation fra at være marginaliserede til at blive en del af samfundet. De tager sig primært af unge fyre med anden etnisk baggrund med diagnoser og alverdens problemer.

I Århus har de beskæftigelsestilbud, som kræver et sted. Tre fjerdele af deres omsætning foregår imidlertid ude på skoler m.v. De har aftaler med Århus Kommune og Syddjurs Kommune.

I København er de stort set udeboende med alt. De har også udkørende aktiviteter med Comeback Rookie i regi af psykiatrien, ungdomskriminalitetsnævnet, politi, skoler m.v. De har aftaler med Hillerød Kommune og Gladsaxe Kommune. De har en dialog med 5 forskellige kommuner i omegnen af København. De har alene haft lidt samarbejde med Københavns Kommune.

Comeback får kontakt til nye kunder via hans netværk. Der er typisk tale om borgere i alderen 10 – 50 år. Derudover markedsfører Comeback sig på konferencer og webinarer. Comebacks kunder er offentlige myndigheder. Han har eksempelvis været til konference – børn og unge topmøde - i Odense, hvor der kom myndighedsrådgivere fra hele landet, og hvor Comeback havde en udstilling. Comeback deltager i de konferencer, der giver mening for dem. De bruger ufattelig meget tid på markedsføring. I starten handlede det meget om opsøgende arbejde med henblik på omtale i artikler. Nu er det oftest sådan, at der bliver ringet til ham. Han tænker meget over, hvilket billede og hvilken kommunikation de har udadtil. Synlighed er et must, men det skal være på en rigtig og en ordentlig måde.

En stor del af kommunerne ved godt, hvem Comeback er, fordi Comeback har været der i lang tid. Der er imidlertid en stor udskiftning af rådgivere, som flytter rundt. Han kommer i den kreds af folk, der arbejder med dette, og de kender hinanden. Nogen sidder på kommunen, andre på eksempelvis læreanstalter.

Comeback har i dag ansat 20 årsværk, hvoraf de 12 årsværk er i Århus.

Comeback Rookie ApS er et søsterselskab med tre ejere, herunder ham selv. De har samlet LinkedIn-profilen her. Comeback Camp ApS er et andet selskab. De taler dog blot om "Comeback". Sådan omtaler de det også for deres kunder. De markedsfører sig på samme logo og i samme tekst. De har notesbøger, kuglepenne m.v. med Comeback-logoet, og hvor der blot står "Comeback".

De fik først registreret Comeback-logoet som figurmærke sidste år på grund af denne sag.

Han blev første gang opmærksom på Komeback ApS, da hans partner havde set det i foråret 2024. Comebacks og Komebacks tilbud henvender sig til den samme målgruppe. Komeback afviste hans henvendelse i foråret 2024.

En af Comebacks tidligere drenge har en rengøringsvirksomhed, som han kalder "Comeback Cleaning". Det gør ikke noget. Det er noget helt andet.

Det arbejde Comeback udfører er følsomt, og de skal ikke lave mange fejl, så er de ude af døren i forhold til kommunerne. Han har to eksempler, hvor han tænkte, at det ikke var så godt. Det er vigtigt, at man ved, hvem der er leverandør. Man kan ikke høre, om det er Comeback med C eller Komeback med K. I sommeren sidste år blev han kontaktet af Slagelse Kommune vedrørende en borger, som ikke var Comebacks. Det var kommunens rådgiver, der var gået forkert i byen.

I torsdags var han til en konference, hvor der kom en afdelingsleder hen til ham og sagde, at Comeback ikke havde deltaget i et møde, de skulle. Hans kollega spurgte, om det kunne være Komeback. Han ved ikke, om det involverer Komeback, men muligheden for forveksling duer ikke for hverken Comeback eller Komeback. Forveksling i forbindelse med fejl vil jo gensidigt smitte negativt af på begge parter.

Han kan ikke sige, om Comeback har mistet omsætning på grund af Komeback, da Komeback er en nystartet virksomhed. Men det handler heller ikke så meget om det. Det handler mere om muligheden for forveksling og afsmittende fejl, fordi der er meget troværdighed forbundet med Comeback, og snakken går hurtigt i kommunerne.

Youssef Assouik har forklaret, at han er direktør hos Komeback ApS. Han er 8 gange verdensmester i thai- og kickboksning. Han blev i 2018 uddannet som socialrådgiver. Han har arbejdet frivilligt i sin gamle bokseklub fra 2011-2017 i forhold til at hjælpe de unge mennesker. I 2020 startede han eget træningscenter, som hedder Assouik Gym. Han har arbejdet med børn og unge i Københavnsområdet og arbejdet i idrætsprojektet gennem Københavns Kommunes socialfor-

valtning. Han har desuden arbejdet med brobygning til foreningslivet, arbejdsmarkedet m.v. Han har desuden været ansat blandt andet i Ungezonen, hvor han stadig er i dag ved siden af Komeback.

I Assouik Gym er der unge mennesker op til 18 år, men der er også voksne. Der var forældre til de unge, som gerne ville have ham som kontaktperson til deres barn. Han tog derfor kontakt til kommunen, som sagde, at Assouik Gym skulle være under en bestemt branchekode. Han kom i tanke om en af de unge, han stadig er kontaktperson for, som fik en idé til navnet Komeback, da han var ved at tabe en kamp, men kom igen og vandt kampen.

Komeback er ret internationalt. Han ville gerne gøre det mere dansk og lavede derfor C om til K. Komeback-domænet var ledigt. Han startede Komeback ApS med de unge, han allerede havde kontakt til. Komeback har ikke markedsført sig. Alle de unge, Komeback tager sig af, er unge fra klubben, som han underviser til dagligt. Han kender derfor forældrene, som typisk kontakter kommunen og beder om, at han bliver kontaktperson. De er to partnere og en ansat i Komeback, og de kommer alle fra Assouik Gym. De har tre unge fra klubben, og så har de fået en udefra, som de skal gøre klar til eksamen i blandt andet dansk og matematik til sommer. Ham udefra har fundet vej til Komeback via skolelederen, som googlede og fandt Komeback. Hans partner, Tonya, er skolelærer på en ungdomsskole. Hun er desuden SSP-medarbejder.

Komeback og Assouik Gym har den samme adresse. Omdrejningspunktet er støtte til unge, primært i træningen, men også i deres arbejde eller i skolen. Formålet er generelt at forsøge at give de unge livskvalitet. De nuværende unge er 13-15 år. De har ikke voksne. Deres tilbud vil imidlertid også kunne udstrækkes til voksne, hvis kommunen – når den unge fylder 18 år - træffer bestemmelse om efterværn, som der er mulighed for i kommunalt regi. Kriminalitet eller radikalisering har ikke noget med Komeback at gøre.

Da han startede Komeback, havde han ikke hørt om Comeback Camp, Comeback Rookie eller Poul Kellberg. Han kendte ikke Comebacks center på Jagtvej i København.

Han har mødt Poul Kellbergs partner, efter denne sag opstod. Han kom kørende i bil og præsenterede sig som partner i Comeback Rookie. Han sagde, at han havde forsøgt at kontakte ham med henblik på en løsning. Han nævnte henvendelsen fra Slagelse Kommune, som passer på en episode, hvor Komeback havde en ung fra Tåstrup Kommune, som var sendt videre til Slagelse Kommune. Partneren sagde, at han havde håbet på, at de kunne samarbejde, da han havde hørt gode ting om afhørte. For hans vedkommende syntes han ikke, at Komeback var en gene, men det var mere hans partner, der syntes, det var et problem, at de hed

Komeback. Komeback har ingen planer om at være andre steder end i Storkøbenhavn. Han har alene 4 sager, og han er tryg ved at være på gulvet med de unge selv. Han tænker ikke, at det skal blive en stor forretning. Han har Komeback ved siden af det, han i øvrigt laver.

Han har ikke markedsført Komeback. Komeback har en hjemmeside, en Instagram profil og en Facebook profil. Komeback har kontakt til sagsbehandlere i kommunerne, men ikke i Hillerød Kommune, Gladsaxe Kommune eller i Århus området. Komeback er alene i Københavns Kommune, Slagelse Kommune og Rødovre Kommune.

Han har ikke deltaget i møder, og han kender ikke noget til den konference, Poul Kellberg omtaler.

Parternes synspunkter
Comeback Camp har anført:

> **3. ANBRINGENDER**
>
> **3.1. Krænkelse efter varemærkeloven**
>
> 3.1.1. Comeback Camps varemærkeret
>
> *3.1.1.1. Varemærket stiftet ved ibrugtagen*
> Det gøres gældende, at Comeback Camp har stiftet en eneret ved ibrugtagning til at anvende betegnelsen "Comeback" og figurmærket COMEBACK for blandt andet socialfaglige og socialpædagogiske tilbud til børn og unge, jf. varemærkelovens § 3, stk. 1, nr. 3.
>
> Comeback Camp har siden 2010 anvendt betegnelsen i sit arbejde med sociale tilbud til børn og unge både i Jylland (Aarhus) og på Sjælland (København). Comeback Camp har derudover siden stiftelsen af selskabet brugt Comeback som selskabsnavn, ligesom betegnelsen er gennemgående i Comeback Camps søstervirksomheder og P-enheder, som det fremgår af bilag 1.
>
> Som **bilag 15 (E232)** er fremlagt udateret artikel fra Økonomer uden Grænser om Comeback Camp, artikel fra www.dr.dk af 24. august 2024 om Comeback og Comeback Woodshop, artikel fra Århus Stiftstidende af 19. maj 2022 om Comeback, artikel fra www.Euroman.dk af 6. oktober 2016 om Comeback, der i 2016 havde mere end 200.000 månedlige læsere, jf. **bilag 23 (E91)**, og artikel fra TV2 Østjylland af 17. juni 2016 om Comeback.
>
> Som **bilag 20 (E75)** er fremlagt supplerende dokumentation for brug af betegnelsen "Comeback" i artikel fra Politiken af 6. december 2021, artikel fra www.dr.dk af 6. oktober 2020, uddrag af artikel fra www.dr.dk af 25. september 2018, uddrag af artikel fra www.dr.dk af 25. november 2016, uddrag af artikel fra www.dr.dk af 11. august 2016, artikel fra

www.avisendanmark.dk af 28. august 2021, artikel fra www.denoffentlige.dk af 25. august 2017, samt beskrivelsen af et radioprogram fra Radio 4 af 27. december 2023 og billede af program for Folkemødet på Bornholm fra 2016.

Som **bilag 16 (E96)** er fremlagt udklip fra Facebook og LinkedIn, hvoraf Comeback fremgår. Som **bilag 17 (E68)** og som **bilag 19 (E40)** er fremlagt udskrifter fra Wayback Machine af Comeback Camps hjemmeside, www.comeback.nu, der tillige viser brugen af betegnelsen Comeback helt tilbage fra maj 2013.

Som **bilag 21 (E53)** er fremlagt uddrag af Årsrapport 2016 for Bikubenfonden, der er en fond til støtte for almennyttige og velgørende formål, hvoraf Comeback fremgår.

Som **bilag 22 (E102)** er fremlagt Midtvejsevaluering fra Økonomer Uden Grænser, som viser Comeback Camps resultater i perioden september 2018 til september 2019 i Aarhus Kommune.

Som det fremgår af bilag 15-17 og bilag 19-23 har betegnelsen "Comeback" og figurmærket COMEBACK været anvendt kontinuerligt i et betydeligt omfang for socialfaglige og socialpædagogiske tilbud til børn og unge og med en geografisk spredning i Danmark, der således ikke alene er af lokal karakter. Der er således med de fremlagte bilag dokumenteret brug af betegnelsen Comeback siden maj 2013 og derudover dokumenteret kontinuerlig brug af betegnelsen både på egen hjemmeside, på sociale medier, i nyhedsartikler, radioprogrammer, ved deltagelse på Folkemødet, i rapporter og som led i en landsdækkende telefonlinje.

Om kravet "mere end lokalt afgrænset karakter" henvises til Sø- og Handelsrettens dom af 1. april 2016 i sag V-44-15, hvor der var stiftet en varemærkeret ved ibrugtagning af betegnelsen "Babette" for en restaurations- og cateringvirksomhed, der var beliggende i Vordingborg, men som gennem sin 25-årige levetid jævnligt var blevet omtalt i landsdækkende medier.

Derudover henvises til U 2000.1351 H, hvor det var tilstrækkeligt til at stifte en ibrugtagen varemærkeret, at varemærket "ELYSIUM" for bedemandstjenester var brugt i markedsføringsmateriale og omtalt i landsdækkende presse inden for ganske få dage.

Bilag 15-17 og bilag 19-23 dokumenterer brug af mere end lokalt afgrænset karakter, da betegnelsen "Comeback" og figurmærket COMEBACK er anvendt på Sjælland og i Jylland samt i landsdækkende aviser, tidsskrifter, radioprogrammer og telefonlinje, hvilket i henhold til retspraksis er tilstrækkeligt til at stifte en ibrugtagen varemærkeret.

Selvom nogle af de fremlagte bilag viser brug af betegnelsen "Comeback" i kombination med øvrige ordelementer, er dette ikke til hinder for stiftelse af en eneret til "Comeback". Betegnelsen "Comeback" ses alene anvendt i kombination med ord, der ikke forandrer mærkets særpræg, jf. princippet i varemærkelovens § 10 c, stk. 4, nr. 1.

Betegnelsen "Comeback" ses således anvendt med "Rookie" og "København", der er beskrivende og på dansk vil forstås som "nybegynder/grønskolling" og dermed henviser til de børn og unge, som Comeback Camp tilbyder et mentorskab for, ligesom "København" er beskrivende for lokaliteten. Ligeledes ses "Comeback" anvendt sammen med "woodshop" (på dansk: "træværksted") for Comeback Camps træværksted, sammen med "industries" (på dansk: "industrier/brancher") for en underafdeling af Comeback Camp, der beskæftiger sig med at skabe arbejdspladser for de unge samt sammen med "Gym" (på dansk: "træ-nings- eller motionscenter"), der anvendes i forbindelse med Comeback Camps styrke- og boksetræning.

De øvrige ordelementer har således i høj grad en beskrivende funktion for formålet med de enkelte underafdelinger, ligesom "Comeback" går igen i uforandret form i alle underafdelingernes navne og dermed fremstår som paraplyorganisationen. De øvrige koncernforbudne selskabers brug af betegnelsen "Comeback" sidestilles med varemærkeindehaverens egen brug, jf. herved varemærkelovens § 10 c, stk. 5. Det er således betegnelsen "Comeback" som er kendetegnende for sagsøgers virksomhed, og det er denne betegnelse som kommunikerer oprindelsen til sagsøger. I denne forbindelse henvises også til bilag 22, evalueringen fra 2019 fra Økonomer Uden Grænser, som flere steder blot refererer til "Comeback", når sagsøger omtales.

Det gøres derudover gældende, at Comeback Camps uregistrerede varemærke "Comeback" har såvel oprindeligt som indarbejdet særpræg gennem Comeback Camps intensive og langvarige brug af mærket, som illustreret i bilag 15-17 og bilag 19-22, og at der således er en bevidsthed om, hos den relevante omsætningskreds inden for det socialpædagogiske og kriminalpræventive område, at "Comeback" henviser til netop de sociale tilbud, der udbydes af Comeback Camp. "Comeback" er hverken en generel betegnelse for sociale tilbud til børn og unge eller et synonym herfor, ligesom stavningen af "Comeback" ikke er forsøgt ændret med henblik på at give mærket særpræg, da mærket i sig selv har særpræg.

Ligeledes gøres det gældende, at Comeback Camps uregistrerede varemærkeret til figurmærket COMEBACK har oprindeligt og indarbejdet særpræg gennem Comeback Camps intensive og langvarige brug af mærket, som illustreret i bilag 15-17 og bilag 19-22, ligesom der henvises til den registrerede ret til figurmærket nedenfor i punkt 3.1.1.2., hvor Patent- og Varemærkestyrelsen har registreret figurmærket uden bemærkninger, herunder uden bemærkninger til mærkets særpræg.

3.1.1.2. Varemærket stiftet ved registrering
Det gøres endvidere gældende, at Comeback Camps eneret til betegnelsen "Comeback" tillige kan støttes på Comeback Camps varemærkeregistrering af figurmærket VR 2024 01416 - COMEBACK, idet Comeback udgør det mest dominerende element i figurmærket.

Det bemærkes, at varemærket er registreret for blandt andet beklædningsgenstande i Nice klasse 25, uddannelse, undervisning, sport og fritidsaktiviteter i Nice klasse 41, rådgivning om psykisk sundhed i Nice klasse 44, og rådgivning om personlige relationer i Nice klasse 45.

Som **bilag 18 (E263)** fremlægges udskrift fra Patent- og Varemærkestyrelsens database af varemærkeregistreringen for VR 2024 01416. Det bemærkes i den forbindelse også, at det faktum, at der under ansøgningsprocessen er fremhævet et muligt kollidende varemærke, navnlig EUTM 016498685, som fremhævet af KOMEBACK, er uden betydning for Comeback Camps registrerede varemærkeret til figurmærket VR 2024 01416 – COMEBACK, da alene rettighedshaver eller personer eller virksomheder berettiget hertil i medfør af aftale eller fuldmagt, kan fremsætte indsigelse mod varemærkeansøgninger, jf. varemærkelovens § 19, stk. 3. Dette er imidlertid ikke sket.

Det gøres også gældende, at det registrerede figurmærke har dokumenteret særpræg, eftersom Patent- og Varemærkestyrelsen har godkendt figurmærket VR 2024 01416 – COMEBACK i klasse 25, 41, 44 og 45. Patent- og Varemærkestyrelsen undersøger som et led i sin sagsbehandling, hvorvidt de absolutte registreringsbetingelser er opfyldt, herunder om et ansøgt varemærke har fornødent særpræg.

Da Patent- og Varemærkestyrelsen har godkendt figurmærket uden bemærkninger, består der således en kraftig formodning for den registrerede rets gyldighed, jf. fx Østre Landsrets afgørelse i U.2023.4919Ø.

Comeback Camp har således også en registreret varemærkeret til figurmærket VR 2024 01416 - COMEBACK

3.1.2.Krænkelse efter varemærkeloven
Det gøres gældende at Komebacks brug af betegnelsen Komeback udgør en krænkelse af Comeback Camps registrerede og uregistrerede varemærkerettigheder til varemærkerne "Comeback" og COMEBACK

Det følger af varemærkelovens § 4, at indehaveren af et varemærke kan forbyde andre, der ikke har dennes samtykke, at gøre erhvervsmæssigt brug af et tegn, hvis tegnet er identisk med eller ligner varemærket, og varerne og tjenesteydelserne er af samme eller lignende art, såfremt der er risiko for forveksling, herunder, at det antages, at der er en forbindelse til mærket.

De i sagen omhandlede betegnelser kan sammenlignes således:

COMEBACK CAMPs varemærker (VR 2024 01416)	Den krænkende betegnelse
 COMEBACK	KOMEBACK

De i sagen omhandlede varer og tjenesteydelser kan sammenlignes således:

COMEBACK CAMPs varemærker	Den krænkende brug
Klasse 25: *Beklædningsgenstande, fodtøj og hovedbeklædning.*	*Beklædningsgenstande, fodtøj, hovedbeklædning*
Klasse 41: *Uddannelse; undervisning; fysisk træning; sports- og fritidsaktiviteter; afholdelse af instruktions-, uddannelses- og undervisningskurser for unge og voksne; kurser i karriereforberedelse for unge; arrangering og ledelse af sportsprogrammer for unge; tjenester vedrørende sociale klubber med underholdningsmæssigt sigte; pædagogisk undervisning.*	*Uddannelse, undervisning, fysisk træning, sports- og fritidsaktiviteter*
Klasse 44: *Rådgivning om psykisk sundhed; Psykisk sundhedspleje; tjenester vedrørende psykologiske diagnoser; faciliteter til mental rehabilitering; tjenesteydelser vedrørende assistance til pleje i hjemmet.*	*Rådgivning om psykisk sundhed, psykisk sundhedspleje*
Klasse 45: *Rådgivning om personlige relationer.*	*Rådgivning om personlige relationer*

Som det fremgår, er mærkerne uomtvisteligt forvekslelige, idet betegnelsen "Komeback" næsten er identisk med Comeback Camps varemærker og selskabsnavn.

Selvom Komebacks mærke er stavet med K i stedet for C, er der en høj grad af visuel lighed mellem ordmærkerne, hvor betegnelserne har samme ordlængde og med sammenfald i 7 af 8 bogstaver, ligesom ordmærkerne ved en fonetisk og konceptuel sammenligning er identiske, idet de udtales på samme måde, uanset om de er stavet med K eller C, og har samme begrebsmæssige indhold, navnlig at vende tilbage eller genopstå [fra et nederlag].

"Komeback" er ligeledes forvekslelig med Comeback Camps figurmærke, da det dominerende element i figurmærket – ordelementet "Comeback" - har en høj grad af visuel, fonetisk og konceptuel lighed med "Komeback".

Det bemærkes i forbindelse med den visuelle sammenligning, at ved et mærke bestående af såvel ordbestanddele som figurbestanddele vil ordbestanddelen i princippet påvirke forbrugeren i højere grad end figurbestanddelen, da offentligheden normalt ikke analyserer tegn og har lettere ved at henvise til de pågældende tegn ved hjælp af deres ordbestanddele end ved at beskrive figurbestanddele, jf. Rettens (i første instans) dom af 14. juli 2005, T-312/03, SELENIUM-ACE/SELENIUM SPEZIAL A-C-E (fig.) § 37.

Hertil kommer, at der er tale om identiske varer og tjenesteydelser, idet Komeback ligeledes anvender betegnelsen for beklædningsgenstande, uddannelse, undervisning, fysisk træning, sports- og fritidsaktiviteter, rådgivning om psykisk sundhed og personlige relationer inden for det socialpædagogiske og kriminalpræventive område, som illustreret i bilag 9.

Det bemærkes i den forbindelse også, at selve klasseregistreringen og de udvalgte termer ikke er afgørende for den materielle retstilling, og særligt inden for det socialfaglige og socialpædagogiske område, kan det være vanskeligt at udvælge accepterede termer, der rent ordlydsmæssigt overlapper med f.eks. de ydelser, der er anført under § 1, stk. 1, nr. 1, i lovbekendtgørelse 2024-06-19 nr. 890, Barnets lov, eller andre lignende ydelser.

Således er der – uanset at de registrerede termer ikke ordlydsmæssigt er identiske med formålsparagraffen i barnets lov – identitet mellem de af Comeback Camp og Komeback udbudte varer og tjenesteydelser, og det afgørende i denne forbindelse er, om slutbrugerne vil forveksle de to virksomheder, hvilket er tilfældet.

Der er således en høj grad af mærkelighed samt identitet mellem de relevante varer og tjenesteydelser, og Komebacks brug af betegnelsen "Komeback" udgør således en risiko for forveksling med Comeback Camps registrerede og uregistrerede rettigheder.

Det gøres herudover gældende, at selvom der ved bedømmelsen af risikoen for forveksling kan tages hensyn til måden, hvorpå kategorier af varer eller tjenesteydelser afsættes, vil dette ikke spille en nævneværdig

rolle i nærværende sag. Kendskabet til ydelserne opnås gennem Comeback Camps og Komebacks egne hjemmesider samt gennem mundtlighed hos kommunerne og andre samarbejdspartnere, der hovedsageligt vil referere til de quasi identiske betegnelser "Comeback/Komeback".

På den baggrund udgør Komebacks brug af betegnelsen "Komeback", en krænkelse af Comeback Camps varemærkeret i henhold til varemærkelovens § 4, stk. 2, nr. 2.

3.2. Markedsføringsloven
Det gøres gældende, at anvendelse af betegnelsen Komeback tillige udgør en krænkelse efter markedsføringslovens § 22, hvorefter erhvervsdrivende ikke må benytte forretningskendetegn og lignende, der ikke tilkommer dem, eller benytte egne kendetegn på en sådan måde, der er egnet til at fremkalde forveksling med andre.

Det gøres endvidere gældende, at Komebacks brug af betegnelsen "Komeback" har til hensigt at lukrere på Comeback Camps renommé og genkendelighed, som er opbygget gennem flere års drift og markedsføring, som også illustreret i bilag 15-17 og bilag 19-22, i strid med markedsføringslovens § 3, stk. 1, om god markedsføringsskik.

3.3. Selskabsloven
Det gøres gældende, at anvendelse af selskabsnavnet Komeback ApS er i strid med selskabslovens § 2, stk. 2, idet et selskabsnavn ikke må indeholde varemærker eller forretningskendetegn, der ikke tilkommer selskabet. Eftersom Comeback Camp har varemærketretten til "Comeback" og betegnelser, der kan forveksles hermed, udgør Komebacks selskabsnavn en varemærketretlig krænkelse, jf. herved også U.2010.1643H.

3.4. Betingelser for forbud og påbud

3.4.1.Retsplejelovens § 413
Det gøres gældende, at betingelserne for meddelelse af forbud og påbud er opfyldt, jf. retsplejelovens § 413. I den forbindelse skal det bemærkes, at Comeback Camp blot skal sandsynliggøre de i retsplejelovens § 413, nr. 1-3 nævnte betingelser.

På baggrund af det ovenfor anførte, gøres det gældende, at Comeback Camps varemærker, Comeback, er beskyttet som registreret figurmærke i Danmark, samt er beskyttet som uregistreret ordmærke og figurmærke i Danmark. Det er således dokumenteret, at Comeback Camp har den ret, der søges beskyttet ved forbuddet og påbuddet, jf. retsplejelovens § 413, nr. 1.

Det gøres herefter gældende, at Komebacks adfærd nødvendiggør, at der meddeles forbud og påbud, jf. retsplejelovens § 413, nr. 2.

Uanset Comeback Camps henvendelser, har Komeback ikke udvist nogen reel vilje til at standse krænkelserne. Tværtimod har Comeback Camp konstateret, at Komeback fortsat anvender betegnelsen "Komeback" både på deres hjemmeside, på sociale medier, på beklædningsgenstande og som selskabsnavn.

Komebacks krænkelser foregår således fortsat, hvorfor betingelsen i retsplejelovens § 413, nr. 2, ligeledes må anses for godtgjort.

Afslutningsvist gøres det gældende, at Komebacks fortsatte markedsføring medfører betydelige markedsforstyrrelser til skade for Comeback Camp, hvilket påfører Comeback Camp økonomiske tab. Comeback Camp har forsøgt loyalt at standse Komebacks krænkelser udenretligt, desværre uden held, og har handlet med den fornødne hastighed og sikret sagens fremme, som det kan kræves efter § 413. Comeback Camp har således ikke udvist forbudsretlig passivitet, som ellers påstået af Komeback.

Der har mellem parterne over en længere periode været en korrespondance, som også illustreret under pkt. 2.3, hvor Comeback Camp loyalt har forsøgt at standse Komebacks krænkelser udenretligt – først gennem henvendelser fra Comeback Camps direktør Poul Kellberg og dernæst gennem henvendelser via advokat.

Der blev senest rettet henvendelse til Komeback den 9. december 2024 efter længere tids korrespondance, hvorefter der blev udtaget stævning lidt over en måned efter den 14. januar 2025.

Der kan i denne forbindelse henvises til U 2024.1857, hvor gik der ca. 5,5 måned fra sidste henvendelse til forbudssag blev indledt, hvor retten ikke fandt at rekvirenten havde udvist en sådan passivitet, at de havde fortabt muligheden for at forfølge deres ret. Se endvidere U 1998.1079 Ø. Komeback har i svarskriftet henvist til U 2020.751 SH, hvor der gik 1 år og 10 måneder mellem, at rekvisitus havde besvaret påkravsskrivelse fra rekvirenten til at rekvirenten på ny gjorde indsigelse og herefter yderligere en måned til der blev udtaget stævning. Sagen er usammenlignelig med hændelsesforløbet i denne sag, ligesom øvrig retspraksis også viser, at der skal en del mere til end 1 måned for, at rekvirenten har udvist passivitet.

Comeback Camp har kontinuerligt forsøgt at fremme sagen siden direktør Poul Kellbergs første henvendelse den 23. maj 2024. En henvendelse der i øvrigt blev fremsendt i umiddelbar forlængelse af, at Comeback Camp blev opmærksom på Komebacks brug af betegnelsen "Komeback". Betingelsen i retsplejelovens § 413, nr. 3, er således også opfyldt.

3.4.2.Sikkerhedsstillelse
Forbud og påbud anmodes nedlagt uden sikkerhedsstillelse, subsidiært efter et af retten fastsat passende beløb.

Comeback Camp har i de fremlagte bilag 15-22 godtgjort at have den ret, som der søges beskyttet, hvorfor Komeback er udelukket fra at afkræve sikkerhedsstillelse som betingelse for nedlæggelse af forbud og påbud.

Et krav om sikkerhedsstillelse forudsætter, at Komeback sandsynliggør at ville lide et tab, som følge af det nedlagte forbud. Dette krav har Komeback ikke opfyldt, idet der slet ikke er fremlagt nogen dokumentation til støtte for denne påstand.

Betingelserne for sikkerhedsstillelse er således ikke opfyldt, jf. retsplejelovens § 415.

3.5. Sagsomkostninger
Med henvisning til Retshåndhævelsesdirektivet og sag C-57/15 (United Video Properties) begærer Comeback Camp sig tillagt sagsomkostninger i forbindelse med forbudssagen i det tilfælde, at retten tager Comeback Camps påstande om forbud og påbud til følge, jf. retsplejelovens § 421.

Henset til, at tvisten dels omhandler krænkelse af Comeback Camps immaterielle rettigheder, er forbudssagen omfattet af retshåndhævelsesdirektivet (direktiv 2004/48/EF), jf. artikel 2, stk. 1.

Comeback Camp gør derfor gældende, at retten skal fastsætte sagsomkostninger i overensstemmelse med retshåndhævelsesdirektivets artikel 14, hvorefter:

> *"Medlemsstaterne sikrer, at rimelige og forholdsmæssigt afpassede sagsomkostninger og andre udgifter, som den part, der har vundet sagen, har afholdt, som generel regel bæres af den part, der har tabt sagen, medmindre billighedshensyn taler imod dette."*

Rækkevidden af artikel 14 blev fortolket af EU-Domstolen sag C-57/15 (United Video Properties), hvor Domstolen fastslog i præmis 26, at:

> *"Derimod kan krævet om, at den part, der taber sagen, skal bære de »rimelige« sagsomkostninger, ikke begrunde en lovgivning, der med henblik på gennemførelsen i en medlemsstat af artikel 14 i direktiv 2004/48 pålægger faste satser, der er væsentligt mindre end de gennemsnitssatser, der faktisk betales for advokatbistand i denne medlemsstat."*

Ovennævnte har medført ændringer i den danske praksis for udmåling af sagsomkostninger for sager indenfor området for immaterielle rettigheder, hvilket bl.a. ses i Østre Landsrets kendelse af 4. september 2024 i sag BS-1863/2024-OLR, hvor sagsomkostningerne til at dække udgifter til advokatbistand blev fastsat under hensyn til sagens karakter, omfang og forløb.

På denne baggrund gør Comeback Camp gældende, at retten i denne sag tilsvarende skal fastsætte omkostninger i overensstemmelse med artikel 14 i retshåndhævelsesdirektivet.

Comeback Camp vil i forbindelse med hovedforhandlingen for retten fremlægge en specificeret opgørelse over afholdte udgifter og omkostninger, som ønskes taget i betragtning ved rettens omkostningsafgørelse.

Komeback har anført:

Anbringender

Ad retlige interesse

2.1 Det gøres gældende, at der ikke er retlig interesse for sagsøger til anlæggelse af denne forbudssag, idet formålet ikke vil forspildes ved at sagsøger udtager en almindelig civil sag. Der kan f.eks. henvises til U 2020.751 SH.

Ad sikkerhedsstillelse

2.2 Såfremt retten dømmer til fordel for sagsøger, gøres det gældende, at det ikke bør ske uden passende sikkerhedsstillelse, jf. retsplejelovens § 415, idet det gøres gældende, at sagsøger ikke har godtgjort, at sagsøgte krænker sagsøgers rettigheder.

2.3 Det gøres gældende, at sikkerhedsstillelsen bør fastsættes på baggrund af det skønnede tidsforløb ved gennemførelse af en hovedsag.

Ad det registrerede figurmærke

2.4 I forhold til eneretten sondres der mellem registreringerne og andre grundlag for, at en sådan eneret skulle bestå:

Sagsøger har registreret et figurmærke ved registreringsnummer og dato VR 2024 01416, 20240917– dvs. et logo, som er:



2.5 Men det er ikke det samme som, at sagsøger har registreret ordmærket "comeback". Som sagsøger også blev gjort opmærksom på under ansøgningsprocessen, så er der allerede et ordmærke vedrørende mærketeksten "Comeback", som er ejet af TITANIUM CORPORATION S.R.O. 28.RIJNA 2280/9 ZNOJMO 669 02. Sagstypen er EU TM = EU-varemærke. Det har samme gyldighed i Danmark som et dansk varemærke.

2.6 Sagsøgtes logo er:



2.7 Det er ikke engang tilnærmelsesvis ved at ligne det af sagsøger registrerede logo:

1) Skrifttyperne er forskellige,
2) Sagsøger benytter majuskler/versaler, mens sagsøgte benytter minuskler/gemene,
3) Tegningen i logoet er forskellig, skriftfarven er forskellig,
4) Sagsøger har intet slogan, mens sagsøgte har et slogan,
5) Baggrundsfarverne er forskellige og
6) Logofarverne er forskellige osv.

2.8 Det af sagsøger anførte:

> *"Det skal i den forbindelse bemærkes, at Patent- og Varemærkestyrelsen ved behandling af varemærkeansøgninger foretager en undersøgelse af de absolutte hindringer for registrering, herunder om varemærket har særpræg. Patent- og Varemærkestyrelsen har derfor i forbindelse med registreringen af figurmærket VR 2024 01416 – COMEBACK, vurderet, at mærket har særpræg."* (Min understregning)

2.9 kan ikke føre til noget andet resultat, fordi der ikke er gjort opmærksom på Bilag A vedrørende relative hindringer.

2.10 Det gøres således gældende, at sagsøger har registreret et logo, og denne registrering kan ikke medføre, sagsøger har eneret til ordet "comeback". Når sagsøgtes logo på ingen måde minder om sagsøgers logo, så fører registreringen derfor ikke til, at sagsøger kan håndhæve nogle former for rettigheder over for sagsøgte.

Ad Andet grundlag for en eneret

2.11 Sagsøger påberåber sig varemærkelovens § 3, stk. 1, nr. 3, hvori er anført:

> *"Varemærkeret kan stiftes ved brug af et individuelt varemærke her i landet for de varer eller tjenesteydelser, for hvilke varemærket vedvarende anvendes, når brugen har et omfang, der er af mere end lokalt afgrænset karakter."*

2.12 Indledningsvist bemærkes det, at følgende fremgår af varemærkelovens § 3, stk. 3, 1. pkt.:

> *"Der kan ikke ved brug stiftes varemærkeret til et tegn, der efter sin beskaffenhed er udelukket fra registrering."*

2.13 Sagsøger er udelukket fra registrering af "Comeback" som varemærke allerede fordi dette er registreret i forvejen af TITANIUM CORPORATION S.R.O. 28.RIJNA 2280/9 ZNOJMO 669 02, og det gøres således gældende, at sagsøgte allerede af den grund bør frifindes.

2.14 Nærmere om brugen af varemærket har sagsøger anført i skrivelse af den 7. november 2024, s. 1:

> *"… har vores klient siden sin opstart i juli 2016 anvendt COMEBACK som ord og figurmærke for sociale tilbud til udsatte unge i både Jylland (Aarhus) og på Sjælland (København)… "*

2.15 I forhold til anvendelsen af "comeback", så er det jo ikke blot ordet "comeback" i sig selv, som sagsøger har benyttet, men tværtimod betegnelsen "Comeback Rookie København". Sagsøger er Comeback Camp ApS.

2.16 Sagsøger har, jf. Comeback Rookie – København (https://www.comebackrookie.dk/omcomebackrookie) logoet:



2.17 Som også er et helt andet logo end logoet, som er varemærkeregistreret.

2.18 Ligeledes er sagsøger stiftet den 26. januar 2023, jf. CVR-registret, ligesom varemærkeregistreringen er sket den 17. september 2024. Det er derfor ikke helt retvisende at anføre, at sagsøger har benyttet varemærket siden 2016, fordi der er en anden virksomhed, som er ejet af Poul Kellberg, Comeback Camp ApS, CVR-nr.: 37870889, som blev stiftet i 2016.

2.19 Fra den 12. juli 2016 hed selskabet Comeback Call Out IVS.

2.20 Fra den 18. december 2020 hed selskabet Comeback Camp ApS.

2.21 Selskabsdriften har foregået i København fra den 12. juli 2016 til den 7. maj 2018.

2.22 Så sker der absolut intet i København i ca. 5 år – hvilket også fremgår af P-enhederne for Comeback Camp ApS.

2.23 Pludselig den 26. januar 2023 stiftes Comeback Rookie ApS, CVR-nr.: 43807234, men adressen er Elkjærvej 2P, 8230 Åbyhøj.

2.24 Det er således tydeligt, at sagsøger forsøger at fremstå som at have været i gang i længere tid end reelt er.

2.25 Sagsøger har et P-nummer, som er 1028973418 beliggende C/O Integro A/S, Tranevej 27A, 2, 2400 København NV, og navnet er "Comeback Rookie København". Det skal fremhæves, hvordan P-nummeret er C/O Integro A/S – et selskab som beskæftiger sig med at få flygtninge i beskæftigelse – mens C/O Integro A/S fik afsagt konkursdekret den 19. januar 2024. Der er en stærk formodning for, at P-nummeret tilhørende "Comeback Rookie København" primært har været underleverandør for Integro A/S fra den 26. januar 2023 til den 19. januar 2024. Herefter har der næppe været nogen benyttelse af "Comeback Rookie København".

2.26 Samlet kan sagsøgte derfor ikke nå anden konklusion end, at sagsøger ikke siden sin opstart i juli 2016 har anvendt "comeback" i København. Derimod har sagsøger i Comeback Rookie ApS, CVR-nr.: 43807234 (som er det eneste selskab nærværende sag omhandler) anvendt "Comeback Rookie København" fra den 26. januar 2023 til den 19. januar 2024 i København. Mens der i forskellige selskaber, og forskellige P-numre indenfor forskellige brancher er blevet benyttet comeback i kombination med 2-3 andre ord i det man kan kalde det i popkulturen notorisk "8210"-område, eller som sagsøger i sit oprindelige selskabsformål i Comeback Camp ApS har beskrevet området: *"… en målgruppe, som skal søges i bandemiljø, ekstremistisk miljø m.v."*

2.27 Når sagsøgte stifter sit selskab Komeback ApS den 4. april 2024 under CVR-nr.: 44741695, så er der intet tidsmæssigt overlap mellem anvendelserne i området København. Sagsøger har afgrænset sin benyttelse af varemærket til Århus, hvilket er en brug af "lokalt afgrænset karakter", hvorved sagsøger ikke har stiftet et varemærke, jf. varemærkelovens § 3, stk. 1, nr. 3.

2.28 I forhold til UfR 2010.2249 SH "Thomas Tivoli" og UfR 2023.4648 Ø "LEGALTECH", har sagsøger anført, at "comeback" ikke generelt anvendes som synonym for "sociale tilbud" til børn og unge eller som en generel betegnelse inden for branchen, men blot er suggestivt, skal det bemærkes, at sagsøgtes benyttelse af "Komeback" i forhold til sagsøgtes anvendelse af "Comeback Rookie København" ligeledes højst kan være suggestivt og ikke en "misspelling". Og der kan i den sammenhæng henvises til rationalet i Bilag B vedrørende "CRÆME" i Patent- og Varemærkestyrelsens afgørelse i indsigelse i sagen VR 2014 01781.

2.29 Der henvises indledningsvist i ovennævnte afgørelse til, at Ankenævnet for Patent og Varemærker (Ankenævnet) i afgørelsen AN 2013 00006 har taget stilling til, om mærket CREAMIE skal anses som en misspelling af blandt andet det engelske ord "creamy". Ankenævnet omgjorde styrelsens vurdering og fandt, at mærket CREAMIE ikke er en misspelling af det engelske ord "creamy" på trods af den lydlige lighed mellem mærkerne. Det bemærkes også, at CREAMIE er et fantasiord.

2.30 Tilsvarende rationale finder anvendelse i nærværende sag vedrørende "Komeback", som også er et fantasiord og ikke en misspelling af "Comeback" til trods for den lydlige lighed.

2.31 Afgørende var i den sammenhæng den visuelle forskel mellem "IE" og "Y" i henholdsvis cream"ie" og cream"y". Denne visuelle forskel er endnu mere udtalt i nærværende sag hvor "Komeback" visuelt er markant længere væk fra "Comeback Rookie København".

2.32 Videre bemærkes det i VR 2014 01781, at der er visse visuelle ligheder mellem den grafiske udformning af "Æ" og "E". Disse grafiske ligheder er der imidlertid ikke i "K" og "C", som nærværende sag omhandler.

2.33 Der lægges videre vægt på, om salg af ydelserne sker i købssituationer, hvor der lægges vægt på enten den visuelle eller den fonetiske del.

2.34 Sagsøgte sælger via internettet. Derfor er der primært fokus på den visuelle del og ikke den fonetiske.

2.35 Ydelserne sælges derfor af sagsøgte i sådanne købssituationer, hvor den relevante omsætningskreds vil se "Komeback" fremfor at udtale dette. Det er derfor sagsøgtes opfattelse i lighed med styrelsens i VR 2014 01781, at den visuelle opfattelse af mærket vejer tungere end den lydlige, ved køb af disse ydelser.

2.36 I den sammenhæng skal det endnu engang understreges, at der rent visuelt ikke skal foretages følgende sammenligning:

"Komeback"
"Comeback"

2.37 Men herimod følgende sammenligning:

"Komeback"
"Comeback Rookie København"

2.38 Der kan man næppe rent visuelt nå anden samlet konklusion end, at "Komeback" højst er suggestivt i forhold til "Comeback Rookie København" og derfor har et fornødent særpræg.

2.39 "Tommelfingerreglen" ved lex generalis som sagsøger har henvist til i T-312/03, SELENIUM-ACE / SELENIUM SPEZIAL A-C-E (fig.), EU:T:2005:289, § 37, kan næppe tillægges afgørende vægt i denne sammenhæng i lyset af de nærmere specificerede ovenstående forhold vedrørende fonetik, koncept og sondringen mellem ord og figurative forhold i det ovenstående, hvor principperne i AN 2013 00006, VR 2014 01781 og straks nedenfor VR 2007 03465 som værende lex specialis klart må have forrang ud fra princippet lex specialis derogat legi generali.

2.40 Ligeledes kan der henvises til indsigelsesafgørelsen vedrørende varemærket VR 2007 03465 Sparbank Trelleborg A/S af den 2. maj 2008, hvor Patent- og Varemærkestyrelsen ligeledes har vurderet, at varemærket VR 2007 03465 Sparbank Trelleborg A/S ikke er en krænkelse af virksomhedsnavnet Sparbank Vest A/S. I afgørelsen blev der lagt vægt på, at der ikke er identitet eller næsten identitet mellem det særprægede i indehaverens varemærke, nemlig "Sparbank", og firmadominanten "Sparbank Vest" i indsigers virksomhedsnavn.

2.41 Tilsvarende rationale finder anvendelse mutatis mutandis i nærværende sag i lyset af, at henholdsvis "Komeback" og "Comeback Rookie København" også har 2 ord til forskel fra hinanden.

2.42 Og under disse omstændigheder gøres det gældende, at der ej heller kan være tale om en krænkelse af eneretten efter varemærkelovens § 4, da der ikke foreligger det fornødne særpræg, jf. varemærkelovens § 3, stk. 3.

Opsummering

2.43 Det registrerede figurmærke er ikke et ordmærke, og derfor er der næppe registreret rettigheder vedrørende betegnelsen "Comeback", men blot figurmærket/logoet.

2.44 I forbudsrekvisitionen, s. 7 anføres det:

> *"KOMEBACKs bemærkninger vedrørende lex specialis og lex generalis, herunder i relation til Retten (i første instans') afgørelse i T-312/03, SELENIUM-ACE / SELENIUM SPEZIAL A-C-E (fig.), der siger, at ved figurmærker med ordelementer, vil ordelementet som regel efterlade et stærkere indtryk på forbrugeren end det figurative element, må afvises."*

2.45 Der redegøres dog ikke nærmere for, hvorfor rationalet i T-312/03, SELENIUM-ACE / SELENIUM SPEZIAL A-C-E (fig.) må afvises, og umiddelbart virker det som en stiltiende anerkendelse af, at rationalet er korrekt.

2.46 Som beskrevet ovenfor, kan man næppe rent visuelt nå en anden samlet konklusion end, at "Komeback" højst er suggestivt i forhold til "Comeback Rookie København" og derfor har et fornødent særpræg.

2.47 Bilag 15-17 skulle ifølge rekvisitionen, s. 4 dokumentere, at "Comeback" har været anvendt med en geografisk spredning i Danmark. Imidlertid er det primært lokationen Århus, som figurerer ifølge de vedlagte dokumenter. Søger man på google efter Comeback Camp mv., så dukker der også nærmest udelukkende resultater op, hvorefter selskabsdriften har tilknytning til Århus, mens hvis man søger efter "comeback camp københavn", så dukker der mere eller mindre intet op. Comeback Camp ApS har heller ingen annoncer online i Københavnsområdet hverken på Google eller Meta.

2.48 Det er relevant ift. stiftelse af en rettighed ved ibrugtagning, da der af varemærkelovens § 3, stk. 1, nr. 3 fremgår:

> *"Varemærkeret kan stiftes ved brug af et individuelt varemærke her i landet for de varer eller tjenesteydelser, for hvilke varemærket vedvarende anvendes, når brugen har et omfang, der er af mere end lokalt afgrænset karakter."*

2.49 Af forbudsrekvisitionens pkt. 3.1.2. fremgår en tabel, hvoraf fremgår følgende:

De i sagen omhandlede varer og tjenesteydelser kan sammenlignes således:

COMEBACK CAMPs varemærker	Den krænkende brug
Klasse 25: *Beklædningsgenstande, fodtøj og hovedbeklædning.*	*Beklædningsgenstande, fodtøj, hovedbeklædning*
Klasse 41: *Uddannelse; undervisning; fysisk træning; sports- og fritidsaktiviteter; afholdelse af instruktions-, uddannelses- og undervisningskurser for unge og voksne; kurser i karriereforberedelse for unge; arrangering og ledelse af sportsprogrammer for unge; tjenester vedrørende sociale klubber med underholdningsmæssigt sigte; pædagogisk undervisning.*	*Uddannelse, undervisning, fysisk træning, sports- og fritidsaktiviteter*
Klasse 44: *Rådgivning om psykisk sundhed; Psykisk sundhedspleje; tjenester vedrørende psykologiske diagnoser; faciliteter til mental rehabilitering; tjenesteydelser vedrørende assistance til pleje i hjemmet.*	*Rådgivning om psykisk sundhed, psykisk sundhedspleje*
Klasse 45: *Rådgivning om personlige relationer.*	*Rådgivning om personlige relationer*

2.50 Imidlertid fremgår det af sagsøgers hjemmeside: (https://komeback.dk/tjenester) Komeback - Ydelser til udsatte børn, unge og familier, at sagsøgtes ydelser angår barnets lov, hvorom er anført i formålsparagraffen i barnets lov § 1, stk. 1, nr. 1, at rådgivning, hjælp og støtte er for at "forebygge sociale problemer", hvilket ikke nødvendigvis er det samme som rådgivning om psykisk sundhed og personlige relationer, selvom begrebet "sociale problemer" kan fortolkes bredt.

2.51 Forbudsrekvisitionens pkt. 3.2.1 er også fremsat vedrørende det registrerede varemærke grundet opstillingen af klasser, men har alligevel nogen indflydelse i forhold til forståelsen af de faktiske omstændigheder i relation til problemstillingen vedrørende ibrugtagning, hvor parterne således umiddelbart ikke leverer sammenfaldende tjenesteydelser, sml. også kriteriet herom i varemærkelovens § 3, stk. 1, nr. 3.

Rettens begrundelse og resultat

Har "Comeback" det fornødne særpræg?

Det er godtgjort, at ordet "Comeback", som både alene og i sammenhæng med andre ord har været benyttet af sagsøger i en årrække, har det fornødne særpræg i medfør af varemærkelovens § 1a, § 2, § 3, stk. 3, og § 13, for brug i Nice-klasse 25 (beklædning m.v.). Dette understøttes af, at ordmærket "Comeback" er registreret den 9. november 2017 af en tjekkisk virksomhed som et EU-varemærke i Nice-klasse 25.

For så vidt angår de af Comeback Camp ApS' ydelser, der falder inden for Niceklasserne 41, 44 og 45, finder retten det endvidere godtgjort, at ordet "Comeback"– til trods for ordets i øvrigt almindelige brug - også opfylder varemærkelovens særprægskrav, idet "Comeback" ikke direkte siger noget om Comeback Camp ApS' tjenesteydelser, men i stedet må betragtes som suggestivt, da det i en

af ordets mulige betydninger leder tanken hen på Comeback Camp ApS' ydelser. Ordet "Comeback" er således ikke alene beskrivende for tjenesteydelser i de omhandlede Nice-klasser, og der ses ikke at være noget hensyn til andre erhvervsdrivende og deres brug af ordet for at betegne en egenskab ved deres tjenesteydelser inden for samme kategori.

Har Comeback Camp ApS stiftet en varemærkeret ved ibrugtagning?
Det følger af varemærkelovens § 3, stk. 1, nr. 3, at et varemærke kan stiftes ved brug. En varemærkeret, der baseres på ibrugtagning, kræver en konkret og dokumenterbar markedsaktivitet, som er mere end lokalt afgrænset.

Efter Poul Kellbergs forklaring er "Comeback" blevet brugt siden 2010, herunder i forbindelse med konferencer og i forbindelse med drift af virksomheden fra både Århus, Hillerød og Gladsaxe. Det er dokumenteret, at "Comeback" er blevet brugt i forskellige varianter, herunder alene eller i kombination med forskellige ord, der er beskrivende for den aktivitet, der udføres, fx "Comeback Gym", eller i forbindelse med de hos Erhvervsstyrelsen registrerede P-enheders navne. Brugen er desuden dokumenteret tilbage fra 2013 på hjemmesiden, ved artikler i DR, Århus Stiftstidende, Euroman, TV2 Østjylland, Politiken m.v.

Retten finder derfor, at Comeback Camp ApS har godtgjort, at "Comeback" er blevet stiftet ved ibrugtagning og er et kendetegn for Comeback Camp ApS' ydelser. Desuden er det godtgjort, at brugen har været mere end blot lokalt afgrænset.

Har Komeback ApS krænket Comeback Camp ApS' rettigheder?
Det følger af varemærkelovens § 4, stk. 1, at stiftelsen af en varemærkeret giver indehaveren en eneret. Det følger desuden af § 4, stk. 2, nr. 2, at indehaveren af varemærket kan forbyde en tredjemand at gøre erhvervsmæssigt brug af ethvert tegn i forbindelse med varer og tjenesteydelser, når tegnet er identisk med eller ligner varemærket og anvendes i forbindelse med varer eller tjenesteydelser, som er identiske med eller ligner de varer eller tjenesteydelser, for hvilke varemærket er beskyttet, og der i offentlighedens bevidsthed er risiko for forveksling, herunder at der antages at være en forbindelse mellem tegnet og varemærket.

Af markedsføringslovens § 22, fremgår, at erhvervsdrivende ikke må benytte forretningskendetegn og lignende, der ikke tilkommer dem, eller benytte egne kendetegn på en måde, der er egnet til at fremkalde forveksling med andre. Erhvervsdrivende skal desuden efter markedsføringslovens § 3, stk. 1, udvise god markedsføringsskik under hensyntagen til forbrugere, erhvervsdrivende og almene samfundsinteresser.

Af selskabslovens § 2, stk. 2, fremgår, at et kapitalselskabs navn tydeligt skal adskille sig fra navnet på andre virksomheder, der er registreret i Erhvervsstyrelsens it-system. I navnet må ikke optages blandt andet firmanavn, varemærke,

forretningskendetegn og lignende, der ikke tilkommer kapitalselskabet, eller noget, som kan forveksles hermed.

Det kan lægges til grund, at "Comeback" og "Komeback" består af 8 bogstaver med identitet mellem de 7 sidste bogstaver. Der er således en høj grad af visuel lighed. Fonetisk er der fuld lighed. Betydningen af "Comeback" og "Komeback" er den samme, og parterne opererer med samme branchekoder og med lignende tjenesteydelser.

Herefter og efter Poul Kellbergs forklaring om i hvert fald ét tilfælde af forveksling – hvilket må ses i lyset af, at Komeback ApS alene har drevet virksomhed i dette regi siden april 2024 - er det godtgjort, at Komeback ApS krænker Comeback Camp ApS' rettigheder efter varemærkeloven, markedsføringsloven og selskabsloven.

Har Comeback Camp retlig interesse i denne forbudssag?
Comeback Camp ApS har godtgjort at have den ret, der søges beskyttet, jf. retsplejelovens § 413, nr. 1. Komeback ApS anvender det retsstridige ordmærke, hvilket nødvendiggør et forbud, jf. § 413, nr. 2. Desuden har Komeback ApS nægtet at ophøre med den retsstridige adfærd, hvorfor Comeback Camp ApS' mulighed for at opnå sin ret vil forspildes, hvis Comeback Camp ApS skal afvente udfaldet af en civil retssag, jf. § 413, nr. 3.

Retten finder ikke grundlag for – efter hændelsesforløb og dialogen mellem parterne i perioden fra maj 2024 og frem til sagsanlæg i januar 2025 - at fastslå, at der er indtrådt forbudsretlig passivitet.

Herefter, og da ingen af de forhold, der er nævnt i retsplejelovens § 414 foreligger, er betingelserne i retsplejelovens § 413 for at meddele forbud og påbud opfyldt.

Sikkerhedsstillelse
Da det er godtgjort, at Komeback ApS har krænket Comeback Camp ApS' rettigheder, er der ikke grundlag for at stille krav om sikkerhedsstillelse, jf. retsplejelovens § 415.

Sagsomkostninger
Sagsomkostningerne er efter retshåndhævelsesdirektivets artikel 14, fastsat til i alt 120.750 kr., hvoraf 750 kr. udgør udgiften til retsafgift, og 120.000 kr. udgør udgiften til advokatbistand. Comeback Camp ApS er momsregistreret.

THI BESTEMMES:

Retten forbyder Komeback ApS at bruge betegnelsen "Komeback" eller dermed

forvekslelige betegnelser, herunder som selskabsnavn, forretningskendetegn, domænenavn og på sociale medier.

Retten påbyder Komeback ApS at ændre selskabsnavnet, domænenavnet og navnet på profiler på sociale medier, således at betegnelsen "Komeback" udgår.

Retten påbyder Komeback at tilbagekalde og destruere alt markedsføringsmateriale, herunder beklædningsgenstande, som måtte indeholde betegnelsen "Komeback" eller dermed forvekslelige betegnelser.

Komeback ApS skal inden 14 dage til Comeback Camp ApS betale sagsomkostninger med 120.750 kr.

Sagsomkostningerne bliver forrentet efter rentelovens § 8 a.

Vejledning

Retten har truffet afgørelse i sagen.

Hvis du er utilfreds med afgørelsen, kan du kære (klage over) afgørelsen til landsretten. Fristen for at kære er **4 uger** fra afgørelsens dato. Kære har ikke opsættende virkning. Det betyder, at afgørelsen gælder, mens landsretten behandler sagen.

Du kan kære afgørelsen på minretssag.dk ved at trykke på knappen "Opret appel" og derefter vælge "Kære" og følge vejledningen. Du skal betale en retsafgift på 750 kr. for at kære afgørelsen.

Den, der overtræder et forbud eller et påbud, kan straffes med bøde eller fængsel indtil 4 måneder og kan dømmes til at betale erstatning.

Et forbud/påbud skal følges op af et sagsanlæg fra den part, som har anmodet om forbuddet/påbuddet. Sagen skal anlægges inden **2 uger** efter rettens afgørelse. Hvis sagen ikke bliver anlagt, kan retten ophæve afgørelsen.

Du kan læse mere på domstol.dk.