RETTEN I HILLERØD
KENDELSE

afsagt den 14. februar 2022

Sag BS-37042/2021-HIL

Legeskum ApS
(advokat Thomas Kruse Lie)

mod

Hussein Ollaik (Little Hugs)
(advokat Niels Christian Døcker)

Denne afgørelse er truffet af dommer René T. Olsen.

Sagens baggrund og parternes påstande
I denne sag er hovedspørgsmålet, om der foreligger produktefterligninger af nogle motorikmøbler til yngre børn, der kan give grundlag for et midlertidigt forbud og påbud, jf. markedsføringslovens § 3, stk. 1, og § 5 sammenholdt med retsplejelovens kapitel 40.

Legeskum ApS har anmodet om, at retten meddeler følgende midlertidige forbud og påbud:

1. Little Hugs og Hussein Ollaik forbydes at markedsføre, herunder udbyde til salg, sælge, importere eller eksportere produkterne som afbilledet i bilag 1 og bilag 14.

2. Little Hugs og Hussein Ollaik påbydes at tilbagekalde produkterne omfattet af påstand 1 fra sine butikker, distributører og erhvervsmæssige kunder,

undtagen slutbrugeren (forbrugere uanset om disse er erhvervsmæssige).

3. Varerne omfattet af påstand 1 og 2 beslaglægges, i dét omfang at de findes at være i Little Hugs' eller Hussein Ollaiks besiddelse. Beslaglæggelsen foretages uden sikkerhedsstillelse, subsidiært at varerne omfattet af påstand 1 og 2 beslaglægges, i dét omfang at de findes at være i Little Hugs' eller Hussein Ollaiks besiddelse mod en sikkerhed ikke større end 50.000 kr.

4. Forbuddet og påbuddene meddeles uden sikkerhedsstillelse, subsidiært at forbuddet og påbuddene meddeles mod en sikkerhed ikke større end 50.000 kr.

Little Hugs og **Hussein Ollaik** har nedlagt påstand om, at sagen afvises, subsidiært nægtes fremme og mere subsidiært mod fremme mod en sikkerhedsstillelse på ikke under 1 mio. kr.

I bilag 1 og 14 er gengivet tre produkter fra Little Hugs' sortiment, rutsjebanesæt uden velcro, rutsjebanesæt med velcro og rutsjebanesæt med bro og balancebold.

Kendelsen indeholder ikke en fuldstændig sagsfremstilling, jf. retsplejelovens § 218 b.

Oplysningerne i sagen
Der er afgivet forklaringer af direktør i Legeskum ApS, Lars Detleffsen, og af Hussein Ollaik og Camilla Ollaik.

Parternes synspunkter
Legeskum ApS har som anbringender til støtte for sine påstande anført:

1. Vedr. produktefterligningerne og det anvendte markedsføringsmateriale

Til støtte for de nedlagte påstande gøres det indledningsvist gældende, at Little Hugs ved at sælge og markedsføre produkterne som afbilledet i bilag 1 og bilag 14 har tilsidesat princippet om god markedsføringsskik i markedsføringslovens § 3 og princippet om god handelspraksis i markedsføringslovens § 5.

Med henvisning til markedsføringslovens § 3, stk. 1, følger det, at erhvervsdrivende skal udvise god markedsføringsskik, hvori blandt andet er tiltænkt en beskyttelse imod illoyal konkurrence fra andre erhvervsdrivende, herunder mod efterligning, snyltning eller anden utilbørlig udnyttelse af andre erhvervsdrivendes indsats. Hvorvidt et forhold er i overensstemmelse med god markedsføringsskik skal særligt fortolkes i lyset af hensynet til at sikre velfunge-

rende markeder, herunder af hensyn til forbrugerne – Eksempelvis ved at sikre, at forbrugerne kan sondre mellem forskellige erhvervsdrivendes produkter i markedet, og derigennem gentage en positiv købsoplevelse, og undlade at gentage, eller fraråde andre at gentage, en negativ købsoplevelse.

Med henvisning til markedsføringslovens § 5, stk. 2, nr. 10, følger det desuden, at erhvervsdrivendes handelspraksis ej heller må vildlede eller kunne forventes at vildlede gennemsnitsforbrugeren, herunder ved at skabe risiko for forveksling med en konkurrents produkt, varemærke eller forretningskendetegn.

Overordnet gøres det gældende, at Legeskum har opnået en beskyttelsesværdig ret til de i nærværende sag omhandlede konkrete produkter, hvilket belyses af dels Legeskums betydelige arbejde med udviklingen af sine produkter, og dels Legeskums betydelige markedsføring, og følgelige markedsposition.

Legeskums tumle- og motorikmøbler, som afbilledet i bilag 2, har været markedsført intensivt og med stor succes siden 2017, ligesom Legeskum fortsat den dag i dag sælger både de ved bilag 2 fremlagte produkter, samt forskellige forgængere og videreudviklinger heraf.

Det gøres gældende, at Legeskum – i forening med sin udenlandske producent – har udviklet, designet og udvalgt alle produkterne i Legeskums store produktunivers, hvorfor Legeskum også siden sin opstart kontinuerligt har udviklet og udbygget sit produktsortiment. Hvert enkelt produkt i Legeskums samlede sortiment af produkter er skabt og udviklet ud fra en målsætning om at sætte leg, fantasi og motorisk udvikling i fokus, hvortil produkterne, af Legeskum, er blevet særskilt tilpasset til efterspørgslen på det danske marked.

Det følger da også direkte af bilag 23, at der mellem Legeskum og Legeskums' udenlandske producent, Pepi Rer Sia, er fuldstændig enighed om Legeskums betydelige udviklingsindsats i relation til de i nærværende sag omhandlede produkter. Legeskum og Pepi Rer Sia er således enige om, at der mellem dem har været en tæt dialog og et tæt udviklingssamarbejde omkring dels videreudviklingen af eksisterende produkter og dels udviklingen af nye produkter til Legeskums sortiment af skummøbler til børn.

Legeskum har brugt store økonomiske og tidsmæssige ressourcer på at opbygge sin markedsposition, herunder blandt andet via sin hjemmeside legeskum.dk, via diverse sociale medier, samt via sit veletablerede forretningsforhold til ØnskeBørn. Således er Legeskums tumle- og motorikmøbler tillige ble-

vet markedsført og solgt af ØnskeBørn, dels online og dels i de landsdækkende detailforretninger siden år 2018.

Legeskums produktsortiment er kendetegnet ved at bestå af stilfulde tumle- og motorikmøbler, der blandt andet qua det afdæmpede farvevalg og –sammensætning, vil kunne passe ind i ethvert privat hjem.

Hertil gøres det gældende, at det på tidspunktet, hvor Legeskums produkter blev introduceret på markedet, var en nyskabelse for forbrugerne, at de i eget private hjem kunne få farvemæssigt afdæmpede og mindre skummøbler til deres børn, hvor møblerne *ikke* fremstod abnormt store og dominerende i indretningen, og i markante (signal)farver, som på daværende tidspunkt blev markedsført til institutionelle sammenhænge.

Det er blandt andet disse visuelt forskellige skummøbler, som Little Hugs mestendels har henvist til i sin svarskrift.

Det bestrides, at Little Hugs kan støtte ret på dét forhold, jf. det fremlagte bilag C, at der i markedet findes enkelte andre aktører, som også krænker Legeskums rettigheder til de i nærværende sag omhandlede produkter.

Derudover – fortsat I relation til det af Little Hugs fremlagte bilag C – skal det i denne sammenhæng bemærkes, at de fremdragne produkter for størstedelen består af en anden skumtype, end den af Legeskum anvendte, ligesom størstedelen af de fremdragne produkter endvidere målrettes institutionel brug.

Legeskum har, som en del af sit sortiment af produkter, blandt andet udviklet, markedsført og solgt et rutsjebanesæt benævnt "NOAH". Dét rutsjebanesæt var et af de første produkter i Legeskums samlede sortiment af stilfulde tumle- og motorikmøbler, og bliver fortsat markedsført og solgt den dag i dag. Legeskum har siden sin første lancering af "NOAH" videreudviklet på produktet, således at det nu bliver produceret og solgt i forskellige størrelser, hvorved produktet målrettes børns varierende behov, og til varierende aldersgrupper, typisk fra 1-10 år.

Foruden det ovennævnte rutsjebanesæt har Legeskum tillige udviklet, markedsført og sammensat et aktivitetssæt benævnt "EMILY". Aktivitetssættet er kendetegnet ved, at indeholde alle de mest populære modeller fra Legeskums sortiment af tumle- og motorikmøbler til børn. Foruden det ovenfor omtalte rutsjebanesæt, indeholder aktivitetssættet tillige et u-formet møbel samt en balan-

cebold/et balanceæg. Aktivitetssættets mangfoldighed skaber uanede muligheder for at stimulere blandt andet grovmotorikken blandt børn.

Imidlertid er Little Hugs netop nu også begyndt at markedsføre og sælge dels et rutsjebanesæt med og uden Velcro ® og dels et aktivitetssæt, der alle til forveksling ligner både det netop nævnte rutsjebanesæt og det netop nævnte aktivitetssæt, som Legeskum har udviklet, markedsført og solgt i store mængder. Bilag 11 indeholder billedmateriale, hvormed både rutsjebanesættende og aktivitetssættende sammenlignes.

Rutsjebanesættet og aktivitetssættet som markedsført og solgt af Legeskum, er produceret i polythylen-skum, der er kendetegnet ved at være en robust skumtype, der har en lang holdbarhed, bibeholder fastheden ved tryk, samt et meget let materiale. Rutsjebanesættene og aktivitetssættet fra LittleHugs er ligeledes produceret i polythylen-skum, hvorved alle rutsjebanesæt og aktivitetssæt altså bliver produceret og solgt i identisk materiale.

For så vidt angår rutsjebanesættene er det desuden værd at bemærke, at de har identiske former, farver, dimensioner og størrelser. Således består alle rutsjebanesæt dels af en rutsjebane der måler 100 x 50 x 50 cm, og dels af en trappe med fire trin i størrelsen 100 x 50 x 50 cm. Det er i forlængelse heraf værd at bemærke, at alle rutsjebanesæt produceres i den nøjagtig samme farvekombination, nemlig grå og hvid, hvortil det endvidere skal bemærkes, at sættene er identiske derved, at siderne på både rutsjebanen og trappen er hvide, mens toppen af både rutsjebanen og trappen er grå.

Af billedmaterialet, som fremlagt ved bilag 11, kommer det tydeligt til udtryk, at både udseendet, den almene fremtoning og stilen på rutsjebanesættene fremstår identisk, idet alle rutsjebanesæt tillige har et simpelt og minimalistisk udtryk, samt et moderne og grafisk design.

Rutsjebanesættene skaber derved det samme helhedsindtryk blandt de relevante forbrugere, og må allerede derfor forventes at kunne skabe forveksling iblandt forbrugerne, herunder på spørgsmålet om produkternes respektive kommercielle oprindelse.

For så vidt angår de to aktivitetssæt, må det bemærkes, at begge aktivitetssæt – til trods for nærmest uendelige kombinationsmuligheder, og designfrihed – består af påfaldende ens elementer; Nemlig en rutsjebane, et u-formet møbel, en trappe med tre trin samt en balancebold/et balanceæg. Aktivitetssættende har således, ligesom rutsjebanesætene, identiske former og dimensioner. Hertil

kommer, at også farvekombinationen er identisk, idet begge sæt er produceret i farverne hvid og grå. Samlet set giver aktivitetssættet som markedsført og solgt af Little Hugs derfor tillige det samme helhedsindtryk, som det aktivitetssæt Legeskum har markedsført og solgt under navnet "EMILY".

Alle ovennævnte væsentlige fællestræk i relation til valg af materiale, former, dimensioner, størrelse, udseende, farve og stil bevirker, at LittleHugs' rutsjebanesæt og aktivitetssæt efterlades som værende nærgående produktefterligninger af både det rutsjebanesæt og det aktivitetssæt, som er udviklet, markedsført og solgt af Legeskum.

De ovennævnte fællestræk underbygger endvidere, at der fra Little Hugs må have været tale om en bevidst og tilstræbt efterligning af Legeskums' produkter, idet summen af de mange designvalg – og mulige alternativer – efterlader det kategorisk usandsynligt, at de nærgående og påfaldende ligheder mellem produkterne som fremlagt ved bilag 11, skulle være resultatet af rene tilfældigheder.

Little Hugs oplister i sit svarskrift en række momenter, der efter Little Hugs' opfattelse udgør forskelle mellem Legeskum og Little Hugs' produkter. Little Hugs anfører videre, at dé oplistede forskelle medfører, at produkterne efterlader hver sit helhedsindtryk med den følge, at der ikke skulle bestå nogen forvekslingsrisiko blandt forbrugerne.

Denne opfattelse bestrides i sin helhed af Legeskum.

Det må i denne sammenhæng holdes for øje, at der ved sammenligningen af produkter netop bortses fra uvæsentlige detaljer ved de enkelte produkter, og at vurderingen konkret beror på, om produkterne ud fra en helhedsvurdering giver det samme helhedsindtryk, herunder om der eksisterer en risiko for, at forbrugerne vil foranlediges til at forveksle produkterne i markedet, herunder at antage en fejlagtig kommerciel forbindelse mellem produkterne.

Forbrugerne vil ikke foretage dén minutiøse gennemgang af små detaljer, som Little Hugs har præsenteret i sit bilag A.

Dét forhold, at Little Hugs aktivt har valgt ikke at påføre sit eget virksomhedsnavn på sine produkter, underbygger netop, at produkterne ikke kan differentieres i markedet. Havde man fra Little Hugs' side i stedet valgt at påføre sit virksomhedsnavn direkte på sine produkter, kunne det i sig selv have været et moment, der blandt forbrugerne, ville have medvirket til at differentiere Lege-

skums produkter fra Little Hugs' produkter – og dermed bidrage til at afværge en forvekslingsrisiko.

Som følge af de slående ligheder, sammenholdt med Legeskums massive forudgående markedsføringsindsats og penetrering af markedet, gøres det gældende, at det derigennem er godtgjort, at produkterne fra Little Hugs må være frembragt med konkret kendskab til produkterne fra Legeskum, og at handlingerne som udført af Little Hugs således ikke blot fremstår bevidste, men også må tages som et udtryk for ond tro samt en accept af risiko, der fjerner ethvert hensyn til fair og rimelig konkurrence, som Little Hugs ellers måtte påstå.

Der er således efter Legskums helt klare opfattelse tale om bevidste, tilstræbte og snyltende efterligner, foretaget i ond tro, hvilket strider med princippet om god markedsføringsskik i markedsføringslovens § 3 – Little Hugs' ageren kan på ingen måde siges at være udtryk for hverken fair eller rimelig konkurrence.

At der netop er tale om nærgående produktefterligninger af de kendte og beskyttelsesværdige produkter fra Legeskum, stiller samtidigt store krav til dén konkrete markedsføring, som Little Hugs foretager sig; Det er således fuldstændigt givet, at forbrugeren – ved fraværet af meget udførlig og specifik vejledning i alle konkrete købssituationer – vil kunne blive vildledt til at tro, at der erhverves eller betragtes et kendt produkt fra Legeskum, hvorefter den pågældende forbruger – selv efter at have erhvervet det konkurrerende produkt fra Little Hugs – ikke nødvendigvis bliver bragt ud af denne vildfarelse, af dén simple årsag, at Little Hugs, som førnævnt, end ikke påtrykker sit eget varemærke på produkterne, for at differentiere sig.

Som dokumenteret ved bilag 12, der indeholder billedmateriale af produkterne fra både Legeskum og Little Hugs, kommer det tydeligt til udtryk, at produkterne kan kombineres og integreres på tværs af hinanden, uden åbenbare forskelle, hvilket således netop bestyrker den ovenfor omtalte forvekslingsrisiko, hvor forbrugerne aldrig bliver bragt ud af den førnævnte vildfarelse.

Det gøres hertil gældende, at Little Hugs ved at markedsføre og sælge produkterne som afbilledet i bilag 1 og bilag 14, netop har snyltet på Legeskums renommé, idet forbrugerne, som allerede belyst ved både bilag 11 og bilag 12, ikke umiddelbart vil kunne adskille produkterne fra hinanden – Er der allerede købt ét produkt fra Legeskum, forekommer det således nærliggende at supplere op med aktivitetssættet fra Little Hugs (hvis man ellers kan finde pladsen og gulvarealet hertil).

Dette underbygges i øvrigt af, at markedsføringsmaterialet som anvendt i forbindelse med Little Hugs' rutsjebanesæt og aktivitetssæt, i kraft af den anvendte fremstillingsform og konkrete afbildning – uledsaget af egne varemærker – vildleder, eller som minimum må kunne forventes at vildlede gennemsnitsforbrugeren, idet de slående ligheder mellem produkterne, som belyst ovenfor, i kombination med markedsføringen heraf skaber betydelig risiko for forveksling med Legeskums produkter.

Det følger direkte af de relevante bestemmelser i markedsføringsloven, at det alene er en betingelse, at der består en *risiko for forveksling*, og at det derfor ikke er nødvendigt, at Legeskum dokumenterer *faktisk* forekommende forveksling.

Ikke desto mindre vil Legeskum fremlægge bilag 20, som udgør en korrespondance mellem Legeskum og én af Legeskums kunder fra november og december 2021.

Af korrespondancen fremgår det, at kunden har placeret en ordre via Legeskums hjemmeside på bestilling af et rutsjebanesæt, NOAH XL, og at kunden efterfølgende har villet sikre sig, at bestillingen kunne nå at blive leveret inden jul, i hvilken sammenhæng Legeskum bekræfter, at ordren vil blive leveret omkring uge 49-50.

I forlængelse af den korrespondance sender Legeskum, den 3. december 2021, følgende mail til kunden:

> "Vi talte med din bedre halvdel tidligere i dag ang. modtagelse af et rutschesæt, som I troede var blevet afsendt fra os. jf din ordre nr. 23707.
>
> Jeg har nu efter at have kigget nærmere på det, fundet ud af, at din ordre på et Noah XL, som du har placeret her, ikke er afsendt - men vil blive afsendt omkring uge 49-50.
>
> Ud fra din mands beskrivelse af sættet og emballagen (i plastsække), tænker jeg det du har modtaget er et andet produkt fra en anden webshop/leverandør - Little Hugs. Jeg tror der må være sket en forveksling, da Noah XL som du har bestilt hos os / Legeskum, ikke er afsendt. Vi har stadig en åben ordre fra dig liggende.
>
> Jeg skal derfor blot lige høre ang en status på denne ordre ?
>
> Jeg ser frem til at høre fra dig."

Den pågældende forbruger bekræfter efterfølgende, i en e-mail til Legeskum af den 3. december 2021, følgende:

> "Du har fuldstændig ret.
>
> Jeg vil dog meget gerne beholde min ordre hos jer - det var en fejl, at jeg fik bestilt igennem Lotte hugs.
>
> Tak for jeres gode service - vi ser frem til at modtage produktet."

Korrespondancen belyser tydeligt, hvordan en forbruger *er* blevet vildledt, herunder at forbrugeren konkret *har* forvekslet produkterne fra Legeskum, med produkterne fra Little Hugs.

Bilag 20 dokumenterer dermed, at der ikke blot består en *risiko* for forveksling mellem produkterne fra Legeskum og Little Hugs, men at der beviseligt *sker* forveksling mellem produkterne, iblandt forbrugerne i markedet.

Det gøres i forlængelse heraf gældende, at det vil forekomme uhensigtsmæssigt og potentielt skadeligt for Legeskums renommé, at et sammenblandet produkt fra Little Hugs skulle påvirke den overordnede kvalitetsoplevelse af Legeskums tilsvarende produkter – herunder da Legeskum blandt andet benytter sig af et skridsikkert underlag, som funktionsmæssigt ikke genfindes ved Little Hugs' produkter (som lejlighedsvist benytter sig af Velcro® i stedet).

Ved Little Hugs' erhvervsmæssige anvendelse af markedsføringsmaterialet som fremlagt ved bilag 10, snylter Little Hugs således tillige på Legeskums renommé og kendskabsgrad i markedet, hvilket er en position, som Legeskum har opnået gennem længerevarende, omfattende og omkostningsfulde markedsføringsmæssige investeringer.

Hertil gøres det gældende, at den af Little Hugs anvendte forsendelsesmetode, som dokumenteret ved bilag 21, og omtalt i bilag 20, netop er egnet til at skade det gode ry og rygte, som Legeskum har opbygget.

Af det fremlagte bilag 21 kommer det til udtryk, at Little Hugs sender sine produkter til sine kunder i plastiksække, hvorimod Legeskum fremsender sine produkter i forsvarligt tætlukket papemballage.

Det skal i denne sammenhæng bemærkes, at en dårlig oplevelse fra en aktør, når produkterne netop skaber det samme helhedsindtryk blandt forbrugerne, risikerer at smitte af på en anden aktør – hertil at denne opfattelse bestyrkes, hvis kvaliteten af produktet i øvrigt opleves som værende ringere.

Legeskum har opbygget sit gode ry og rygte over en lang periode, og ønsker af den grund ikke at risikere, at miste dét renomme som følge af en konkurrents uberettigede markedsføring og salg af forvekslelige produkter.

Af alle disse grunde har Little Hugs handlet i strid med god markedsføringsskik i henhold til både markedsføringslovens §§ 3 og 5, ved dels at have skabt og markedsført et produkt som ligner til forveksling, samt dels ved at vildlede forbrugerne til at tro, at produkterne fra Little Hugs kommer fra Legeskum, og dels ved at have snyltet – og skabt væsentlig risiko for skade - på Legeskums velrenommerede markedsposition.

Legeskum fastholder, at Legeskum siden i hvert fald år 2018 har indtaget og indarbejdet en attraktiv og beskyttelsesværdig markedsposition, som i helt særlig grad netop hænger sammen med det massivt markedsførte NOAH-rutsjebanesæt, som begrunder, at der i nærværende sag skal meddeles forbud og påbud i overensstemmelse med de nedlagte påstande.

Dertil efterlades det særdeles påfaldende, at Little Hugs også har valgt at reproducere EMILYaktivitetssættet, som i sig selv kunne have været udformet og sammensat på adskillige øvrige måder, end netop dén måde som Legeskum har introduceret og markedsført.

Der skal derfor meddeles forbud og påbud, som påstået.

2. Vedr. forbudsbetingelserne

Til støtte for de nedlagte påstande gøres det overordnet gældende, at forbudsbetingelserne i retsplejelovens kapitel 40 er opfyldte.

Med henvisning til retsplejelovens § 413, stk. 1, kan forbud eller påbud meddeles, hvis den part, der anmoder om meddelelse af forbuddet eller påbuddet, godtgør eller sandsynliggør,

1) at parten har den ret, der søges beskyttet ved forbuddet eller påbuddet,
2) at modpartens adfærd nødvendiggør, at der meddeles forbud eller påbud,
3) at partens mulighed for at opnå sin ret vil forspildes, hvis parten henvises til at afvente tvistens retlige afgørelse.

Det følger af fast retspraksis, at markedsføringslovens § 3 yder beskyttelse til særprægede produkter, med en attraktiv markedsposition, når efterligneren er i ond tro. Dertil fremgår det af gældende retspraksis, at der kan lægges særlig vægt på situationer hvor efterligningen, med al sandsynlighed, må være sket

med forsæt til at tilegne sig originalproduktets design og særpræg til at bringe efterligninger på markedet.

Det fremgår ligeledes af fast retspraksis, at det er uden betydning for helhedsvurderingen, at enkelte detaljer, ved nærmere eftersyn, viser sig at være udformet på en lidt forskellig måde, herunder funktionsbestemte detaljer såsom Velcro® kontra skridsikkert underlag, samt små forskelle i overflademateriale og dimensioner, der ikke bibringer væsentligt til et anderledes helhedsindtryk.

Med henvisning til retsplejelovens § 413, stk. 1, nr. 1, gøres det således gældende, at Legeskum har godtgjort eller som minimum sandsynliggjort at have ret til at forbyde Little Hugs' markedsføring og salg af produkterne, nemlig rutsjebanesættene og aktivitetssættet, som afbilledet i bilag 1 og 14, i medfør af markedsføringslovens § 24.

I den forbindelse og med henblik på at forebygge yderligere krænkelser, gøres det gældende, at Little Hugs skal påbydes at tilbagekalde produkterne, som afbilledet i bilag 1 og bilag 14 fra sine eventuelle forhandlere og fra sin egen hjemmeside, littlehugs.dk, jf. markedsføringslovens § 24, stk. 1, nr. 2, idet det i øvrigt bemærkes, at påstandene tillige omfatter dem der måtte markedsføre produkterne på vegne af Little Hugs, såsom influencere ved sociale medier, med flere.

Denne tilbagekaldelse, der følger af fast praksis, nødvendiggøres af, at den almene og gennemsnitlige forbruger, som følge af lighederne mellem produkterne fra Legeskum og Little Hugs, i kombination med Little Hugs' forvekslelige markedsføring, foranlediges til at blive vildledt om produkternes kommercielle oprindelse, og derved narres til at foretage en købsbeslutning, som de ellers ville have undladt – eller som de og deres børn i alle tilfælde har fortjent at kunne foretage, på et fuldt oplyst grundlag.

Det gøres dertil gældende, at købsbeslutninger vedrørende legetøj til børn i denne priskategori, helt naturligt, er ledsaget af flere købsmotiver og incitamenter, hvoriblandt sikkerhed for den kommercielle oprindelse er afgørende – og at dén grundlæggende sikkerhed, således ikke skal forplumres af plagiater.

Legeskum har således godtgjort sin ret til at opnå de påståede forbud og påbud.

Dertil er den næste forbudsbetingelse, ved retsplejelovens § 413, stk. 1, nr. 2, opfyldt, allerede fordi Little Hugs' markedsføring og salg af produkterne som fremlagt ved bilag 1 og 14 udgør krænkelser og overtrædelser af markedsføringslovens bestemmelser om god markedsføringsskik og god handelspraksis,

hvortil kommer, at Little Hugs har nægtet at ophøre med de krænkende handlinger frivilligt.

I henhold til den sidste forbudsbetingelse, ved retsplejelovens § 413, stk. 1, nr. 3, gøres det gældende, at formålet helt åbenbart vil forspildes, hvis Legeskum henvises til at gøre sin ret gældende ved almindelig rettergang, idet markedsføringen og salget af de med bilag 1 og bilag 14 fremlagte produkter fortsat pågår – meget aktivt.

Til yderligere støtte herfor fremægges bilag 13, hvoraf det ses, at Little Hugs - efter at være blevet tilsendt påkravene fra Legeskum - per den 23. september 2021, har indrykket et salgsopslag på sin Facebook-side, hvor der tilbydes en konkurrence (en såkaldt Give-away) af det omstridte produkt, der her omtales som "Maxi Rutsjebanesæt".

Udover, at netop denne specifikke fremstillingsform er stærkt egnet til at skabe vildledning og forveksling med Legeskums tilsvarende produkt, "Noah XL", så ses det ved de pågældende skærmbilleder, at det konkrete opslag – allerede efter 5 dage – har opnået 126 delinger, over 4.700 likes, og over 5.600 kommentarer.

Dertil er det et helt almindeligt og ganske ukontroversielt princip, at det primære retsværn mod immaterialretlige krænkelser netop er de omgående midlertidige forbud og påbud, da reglerne om erstatning og godtgørelse ikke udgør et tilstrækkeligt værn mod den varige markedsfortrængning og markedsforstyrrelse som en krænkelse medfører.

Også af dén årsag er de påståede forbud og påbud nødvendige og proportionelle, og skal meddeles som påstået.

3. Vedr. beslaglæggelse

Det gøres gældende, at Retten, såfremt der meddeles forbud eller påbud i overensstemmelse med de nedlagte påstande, samtidigt kan træffe afgørelse om beslaglæggelse af rørligt gods, såfremt der er bestemte grunde til at antage, at det vil blive anvendt til overtrædelse af forbuddet eller påbuddet, jf. retsplejelovens § 423.

Dertil gøres det overordnet gældende, at Little Hugs, i tilfælde af at der meddeles forbud og påbud mod de konkrete produkter, ikke vil have nogle anerkendelsesværdige formål ved at disponere over de konkrete produkter, imens forbuddet er i kraft. Der vil således – i udgangspunktet – være en iboende risiko

for at Little Hugs kunne anvende de konkrete produkter til at overtræde forbuddet.

Dertil gøres det gældende, at der endvidere findes bestemte grunde til at antage, at de konkrete produkter vil blive anvendt til overtrædelse af forbuddet.

4. Vedr. Little Hugs' afvisningspåstand

I relation til den af Little Hugs nedlagte afvisningspåstand gøres det overordnet gældende, at det netop fremgår af markedsføringslovens § 1, at "Loven finder anvendelse på privat erhvervsvirksomhed samt på offentlig virksomhed, *i det omfang der udbydes produkter på markedet* (min kursivering).

Rettighedssubjektet efter markedsføringsloven er således ikke begrænset til den (udenlandske) producerende part, i dette tilfælde Pepi Rer Sia.

Den markedsføringsretlige beskyttelse udstrækkes rettere til dén part, der udfører den markedsføringsmæssige aktivitet i Danmark, nemlig Legeskum, der netop både markedsfører og sælger de i nærværende sag omhandlede produkter i Danmark.

Dertil må det erindres, at der absolut ikke er noget markedsføringsretligt usædvanligt i, at dén danske virksomhed, her Legeskum, der ganske vist får produceret sine produkter i udlandet, naturligvis nyder en beskyttelse i Danmark, hvor produkterne både markedsføres og sælges.

Little Hugs' påstand om manglende påtale- og søgsmålskompetence skal derfor ikke tages til følge.

Hertil må det bemærkes, at det følger direkte af bilag 23, at Legeskums udenlandske producent, Pepi Rer Sia, indrømmer Legeskum fuld påtaleret i relation til de i nærværende sag omhandlede krænkelser.

Little Hugs' ses tillige at have opfordret (A) Legeskum til at fremlægge oplysninger om sin udenlandske producent, herunder om aftalegrundlaget mellem Legeskum og Legeskums producent.

Relevansen heraf bestrides af Legeskum, men første del af dén opfordring er allerede blevet besvaret, idet Legeskum har givet nærmere oplysninger om sin udenlandske producent. Sidste del af opfordringen – om at dele det konkrete aftalegrundlag med producenten - vil ikke blive besvaret, allerede fordi Little Hugs ikke er berettiget hertil, samt fordi aftalegrundlaget mellem Legeskum og

Pepi Rer Sia indeholder fortrolige og for nærværende sag uvedkommende vilkår.

Sikkerhedsstillelse

Nærværende forbud begæres nedlagt principalt uden sikkerhedsstillelse, subsidiært mod en af Retten skønsmæssigt fastsat sikkerhedsstillelse, ikke større end 50.000 kr.

Det gøres principalt gældende, at Legeskum ikke skal stille sikkerhed, da Legeskum har godtgjort at have den ret, der ønskes beskyttet ved forbuddet og fordi krænkelsen er åbenlys.

I denne sammenhæng bedes Retten endvidere holde sig for øje, at det af det fremlagte bilag 14 fremgår, at forbrugerne af Little Hugs' produkter per den 15. december 2021 alene kunne tilmelde sig en venteliste, og altså modtage en mail, når produktet igen er tilgængeligt. Dét faktum underbygger i sig selv, at der i nærværende sag ikke er grundlag for at kræve en sikkerhedsstillelse.

Subsidiært gøres det gældende, at Retten, såfremt Retten vurderer, at der i nærværende sag skal stilles sikkerhed, skal fastsætte en sikkerhedsstillelse på et beløb, ikke større end 50.000 kr., efter Rettens eget skøn. Legeskum er af den opfattelse, at Little Hugs ikke har godtgjort, at der skulle være behov for en højere sikkerhedsstillelse.

Little Hugs og Hussein Ollaik har som sammenfattende anbringender til støtte for sine påstande anført:

I. ad klarhed:

at det fremgår af Retsplejelovens §§ 255 og 348, at der er et grundlæggende krav om klarhed over, hvorvidt sagsøger er berettiget til at indlede en sag ved de danske domstole mod sagsøgte, hvorfor der må stilles strenge krav til, hvorvidt det er dokumenteret, om sagsøger reelt har retten til at indtale et krav mod sagsøgte,

at det ikke er bevist, at sagsøger har en reel ret til at indtale kravet, idet Legeskum ikke er producenten af de – påståede – plagierede produkter,

at der ikke er fremlagt nogen aftale mellem sagsøger og den udenlandske producent om, at sagsøger tildeles kompetence til at indtale krav på vegne af producenten,

at sagsøger ikke har opfyldt opfordring (A), hvorfor dette skal tillægges størst mulig processuel skadevirkning ved, at retten kan lægge til grund, at sagsøger ikke har rettighederne til at anlægge sagen mod sagsøgte,

at bilag 23 kan ikke anses for værende en erklæring, der giver sagsøger retten til at indtale kravet på vegne af Pepi Per Sia/IGLU, da de blot bekræfter, at de støtter op om sagen, men ikke, at rettighederne er overgivet til sagsøger,

at det således ikke er dokumenteret, at sagsøger har den fornødne retlige interesse i nærværende sag, hvorfor sagen enten skal afvises eller nægtes fremme i medfør af Retsplejelovens §§ 255 og 348, jf. Retsplejelovens § 416.

II. ad kumulative krav i henhold til Retsplejeloven § 413:

at de **kumulative** tre betingelser i henhold til Retsplejeloven § 413 ikke er opfyldt,

idet der for så vidt betingelsen i Retsplejeloven § 413, nr. 1 (om sagsøgers rettigheder) – og af samme grunde som angivet under anbringenderne til støtte for afvisningspåstanden – ikke er fremlagt dokumentation for, at sagsøger har kunnet indtale kravet på vegne af producenten,

idet der for så vidt betingelsen i Retsplejeloven § 413, nr. 2 (nødvendighed som følge af sagsøgtes adfærd) ikke er tale om en sådan adfærd som stipuleret i bestemmelsen, henset til, at sagsøger ikke har godtgjort eller sandsynliggjort, er tale om en overtrædelse af Markedsføringsloven, som det påstås af sagsøger,

idet sagsøger således ikke har dokumenteret, at der reelt er tale om eller er en nærliggende risiko for markedsfortrængning samt markedsforstyrrelser, da der er en lang række forskelle af de i sagen omhandlede produkter, hvorfor der ikke er tale om produktefterligninger,

idet der for så vidt betingelsen i Retsplejeloven § 413, nr. 3 (sagsøgers formål forspildes) heri ligger en pligt for sagsøger til hurtigt at reagere efter kundskab om de påståede produktefterligninger,

Idet den dermed pligtige hurtige reaktion ikke er opfyldt af sagsøger, da sagsøger ventede mere end en måned på at iværksætte nærværende sag efter sit fremsendte varsel herom,

idet sagsøgers mulige undersøgelse af sagsøgtes solgte produkter for mulig vurdering af en eventuel markedsføringsretlig overtrædelse ikke er forbundet med nogen former for behov for særlige indgreb henset til produkternes (efter sagsøgers opfattelse) nærmest identiske helhedsindtryk,

at sagsøger derfor har forspildt muligheden for at benytte sig af instituttet om midlertidigt forbud og påbud i henhold til Retsplejelovens kapitel 40,

at sagen derfor samlet skal afvises subsidiært nægtes fremme.

Til støtte for den nedlagte subsidiære påstand om nægtelse af fremme gøres følgende gældende imod overtrædelse af Markedsføringslovens §§ 3 og 5:

at enhver beskyttelse i henhold til Markedsføringslovens regler om god markedsføringsskik og vildledning på forhold af immateriel karakter, som nærværende sag drejer sig om, kræver, at der foreligger et egentligt plagiat,

at der, jf. det fremlagte billedmateriale (bilag 11, bilag A og bilag D) og de i svarskriftet samt ovenfor angivne beskrivelser i sagsfremstillingen, er sådanne tydelige forskelle på parternes produkter, at et plagiat ikke foreligger,

at Markedsføringslovens bestemmelser om god markedsføringsskik og vildledning således ikke er overtrådt,

at det i øvrigt er sagsøgers bevisbyrde, at der foreligger plagiat samt forvekslingsrisiko, hvilken bevisbyrde ikke er løftet endsige sandsynliggjort,

at kerneområdet for beskyttelsen efter markedsføringslovens § 3 er et værn mod utilbørlig tilegnelse af andre virksomheders markedsposition ved at snylte på et eksisterende renommé i form af genkendeligheden i et produkts visuelle udformning,

at virksomheder har ret til at påføre hinanden konkurrence ved at fremstille produkter, der opfylder samme behov i kundekredsen, så længe dette sker inden for grænserne for rimelig og sund konkurrence. Dette vil ikke være tilfældet, såfremt en konkurrent udnytter den genkendelighed og kom-

mercielle adskillelsesevne, der ligger i et originalprodukt, til at tilegne sig adgang til markedet på bekostning af originalproduktet,

at beskyttelsesomfanget for originalproduktet herefter afhænger af den kommercielle adskillelsesevne, som originalproduktet nyder (kravet om særpræg),

at omfanget af originalproduktets særpræg typisk vil være forbundet med originalproduktets visuelle fremtoning,

at der herudover for et produkt, som de i sagen fremviste skumlegetøjssæt, må gælde en endog meget snæver beskyttelsesgrad henset til produktets karakter, hvilket blandt andet fremgår af retspraksis, hvor produkter hvis formgivning er "ganske enkle og uden noget særpræg", jf. NIR 1990.231SH ikke vil være beskyttet efter Markedsføringsloven,

at der i nærværende sag er tale om produkter, hvis formgivning er ganske enkle og uden noget særpræg,

idet de omtvistede produkter er sammensat af en trappe, en halvcirkel udformet som en bro og en vinkel udformet som en rutsjebane produceret i et skummateriale, hvilke former og materialer bliver brugt af en række forskellige virksomheder, jf. **bilag C**,

idet disse elementer er kendte grundformer, hvilket bestyrkes af den hyppige brug fra en række andre virksomheder,

idet produkterne er blevet udformet ud fra deres funktion som legetøjstrapper og rutsjebaner, hvorfor disse ikke lever op til betingelserne for at være beskyttet af Markedsføringslovens bestemmelser, jf. U2013.2636H,

idet bestemte farvekombinationer i sig selv ikke kan anses for omfattet af beskyttelsen af Markedsføringsloven, da en markedsaktør ellers vil kunne fortrænge en række potentielle konkurrenter ved at sammensætte mere eller mindre tilfældige farvekombinationer for at opnå en vid beskyttelse i markedet,

idet en vis lighed mellem produkterne er uundgåeligt, da produkterne er formet efter deres funktion og ikke som et designmæssigt valg, samt sagsøgtes produkter er differentieret ved at bruge Velcro® og andre farvevalg på flere af de store flader,

at det bestrides, at sagsøger og sagsøgtes produkter kun adskiller sig ved "små detaljer" som ellers gjort gældende af sagsøger, hvorfor der ikke foreligger forvekslingsrisiko,

idet brugen af Velcro® udgør en klar forskel på produkterne, der er afvigelser på dimensionerne, placeringer af syninger, placering af lynlåse, valg af betræk samt farvevalg på produkternes større flader, der klart kan identificeres ved at holde produkterne på mod hinanden,

at bilag 20 synes konstrueret til den verserende og ikke kan anses for, at der er tale om en forveksling mellem sagsøgers og sagsøgtes produkter,

idet sagsøger blot belejligt antager, at det er sagsøgte, der har leveret sine produkter ud fra nogle beskrivelser om leveringsmetoden, som kunden er fremkommet med,

idet der også er andre forhandlere af sagsøgtes producents produkter, hvorfor det lige vel kunne have været en af disse, som har leveret et af deres produkter,

idet det virker usandsynligt, at en kunde skulle bestille et af sagsøgers produkter og derefter et af sagsøgtes produkter for at skaffe sig to sæt,

idet kunden til enhver tid kunne have identificeret rette sælger ved at kigge på sin ordrebekræftelse,

at sagsøger endvidere ikke har godtgjort, at der er sådan en lighed mellem produkterne ved syn- og skøn eller ved anden sagkyndig bistand,

at sagsøgers anbringender om at sagsøgtes leveringsform vil skade sagsøgers gode ry og rygte forekommer søgte,

idet intet taler for, at sagsøgtes leveringsmetode skulle være uforsvarlig eller på anden måde anses for dårligere end sagsøgers leveringsmetode,

idet anbringenderne implicit rummer en hypotese om, at sagsøgtes kunder får en dårligere oplevelse, end hvis kunderne købte sagsøgers produkt, hvilket ikke er dokumenteret,

idet sagsøger ikke har dokumenteret, at forbrugerne gennem sagsøgtes digitale markedsføring vildleder forbrugerne til at tro, at de handler med sagsøger,

at sagsøgers anbringender om sagsøgers markedsposition er udokumenterede, da der ikke er fremlagt dokumentation for, at sagsøger siden 2017 (nu rettet i replikken til september 2018) har markedsført de omtvistede produkter og ej heller er fremlagt dokumentation for at disse almindelige legetøjsprodukter skulle være indarbejdet på markedet således, at en gennemsnitlig forbruger skulle have kendskab til særligt sagsøgers produkter eller Legeskum generelt,

at dette er blandt andet er understøttet af Patent- og Varemærkestyrelsens foreløbige afgørelse af 15. december 2021 (**bilag G**) vedr. sagsøgers ansøgning om registrering af ordmærket "Legesum", hvor følgende fremgår:

"Det er vores vurdering, at disse oplysninger samt dokumentation for et enkelt salg i 2018 ikke er tilstrækkeligt til at dokumentere, at mærket er blevet indarbejdet i Danmark. Der er hverken tale om langvarig eller intensiv markedsføring eller en volumen, som kan sandsynliggøre et tilstrækkeligt kendskab til mærket."

at det bemærkes i den forbindelse, at Patent- og Varemærkestyrelsens vurdering om indarbejdelse af sagsøgers navn og produkter i markedet skal anses for værende autoritativ, da de er resortmyndighed på området,

at hvis varemærket "Legeskum" ikke kan registreres på baggrund af manglende indarbejdelse i markedet efter varemærkeloven, så må denne vurdering være enslydende med vurderingen om indarbejdelse i markedet efter markedsføringsloven,

at det derfor kan lægges til grund, at Legeskum ikke har indarbejdet sig på markedet på en sådan måde, at der er beskyttelse efter markedsføringsloven,

at det endvidere er udokumenteret, at sagsøger har udviklet eller videreudviklet produkterne i nærværende sag sammen med sin udenlandske producent, tværtimod fremgår det, at sagsøgers producent Per Se Pia/IGLU selv markedsfører identiske produkter med identiske farver (**bilag E**), hvorfor dette taler imod, at sagsøger skulle have udviklet produktet,

at sagsøger ikke har fremlagt dokumentation for, at der foreligger markedsfortrængning samt markedsforstyrrelser, da der allerede eksisterer en lang række markedsaktører, der sælger lignende produkter,

at det i øvrigt ikke kan udelukkes, at nogle af de andre omtalte markedsaktører har eksisteret i markedet med deres produkter, forinden sagsøger lancerede sine produkter,

at sagsøgtes produkter heller ikke i det lys falder inden for rammerne af en mulig krænkelse af sagsøgers produkter,

at sagsøgte intet kendte til sagsøgers legetøjssæt og således var i god tro for så vidt en eventuel krænkelse, hvorfor det ikke er bevist, at der skulle være tale om ond tro hos sagsøgte, der ikke er fremlagt dokumentation for de påståede massive markedsføringsindsatser fra sagsøgers side,

idet sagsøger ikke har dokumenteret, at sagsøgtes producent eller sagsøgte havde kendskab til sagsøgers leverandørs produkter, og dermed skulle have haft mulighed for overhovedet at kunne fremstille sine produkter med sagsøgers produkter i tankerne,

at sagen derfor skal nægtes fremme.

Til støtte for den nedlagte mere subsidiære påstand om fremme mod sikkerhedsstillelse på ikke under 1 mio. kr.:

at sagsøgtes omsætning på de omhandlede produkter må forventes at blive blokeret i over et år, henset til sagsbehandlingstiden ved Retten, forinden en afgørelse foreligger i justifikationssagen,

at der ud over et tabt salg tillige må forventes tab forbundet med mulige reklamationer fra kunder, der grundet sagsøgers omtale af forholdene på sociale medier vil rejse krav mod sagsøgte,

at et beløb på ikke under 1 mio. kr. derfor findes rimeligt og tilstrækkeligt begrundet.

Rettens begrundelse og resultat

Legeskum ApS, der driver hjemmesiden legeskum.dk, hvis domænenavn er registreret den 19. november 2016, er en dansk virksomhed, der er specialiseret i motorikmøbler til børn og primært sælger sine produkter fra hjemmesiden og via butikskæderne Ønskebørn og Børneloppen. Legeskum ApS markedsfører og sælger rutsjebanesættet "NOAH XL" og aktivitetssættet "EMILY". Little Hugs ved Hussein Ollaik markedsfører og sælger rutsjebanesættet "Maxi" med velcro og har solgt en type uden velcro samt et rutsjebanesæt med bro og balancebold med velcro. Sagen drejer sig i første række om, hvorvidt der er en sådan

lighed mellem de nævnte produkter, at Little Hugs ved sin markedsføring og salg har handlet i strid med markedsføringslovens § 3 og § 5 samt om der er grundlag for et midlertidigt forbud og forbud.

Ved købsaftale af 15. marts 2018 erhvervede Legeskum ApS alle aktiver i enkeltmandsvirksomheden Skum ved Vinnie Runge, herunder en aftale om eneforhandling i Danmark af softplay blocks fra IGLU, og hjemmesiden legeskum.dk. Vinnie Runge underskrev for begge i, hvad der fremstår som en virksomhedsoverdragelse. I april og maj 2018 havde Vinnie Runge en korrespondance med en person ved navn Kaspers, der efter det foreliggende repræsenterede producenten af rutsjebanesættet om navnlig den nærmere udformning af dette. I korrespondancen er gengivet fotos af produkter sendt i kasser mærket IGLU. Virksomheden Pepi Rer Sia ved bestyrelsesformanden har i license to enforce af 17. december 2021 erklæret, at de sammen med Legeskum ApS i fællesskab har udviklet og designet produkterne NOAH, NOAH XL og EMILY, og at de støtter Legeskums sagsanlæg mod Little Hugs i nærværende sag og i en efterfølgende hovedsag. Retten finder herefter, at det er sandsynliggjort, at Legeskum ApS har deltaget i udviklingen af de nævnte produkter og har markedsført dem i Danmark. Little Hugs har anført, at det ikke er afklaret, hvem nævnte person, Kaspers, er, og hvilken relation han har til sagen. Little Hugs kontaktede ved mail i august 2021 IGLU og modtog svar fra en Kaspers Rocis, der må antages at være den omhandlede person. Retten finder herefter, at det er sandsynliggjort, at Legeskum ApS er eneforhandler i Danmark af motorikmøblerne NOAH XL og EMILY, har deltaget i udviklingen af de omhandlede produkter og fra virksomheden Pepi Rer Sia, der kan identificeres med IGLU, har modtaget samtykke og støtte til nærværende sagsanlæg finder retten det for sandsynligt scroll bragt, at Legeskum ApS har retten, der søges beskyttet ved anmodningen om forbud og påbud, jf. retsplejelovens § 413, nr. 1. Det kan ikke føre til andet resultat, at tegningsreglen for selskabet Pepi Rer Sia ikke er dokumenteret. Der er ikke således grundlag for Little Hugs synspunkter for sagens afvisning.

Legeskum ApS har oplyst, at motorikmøblerne er udformet på en måde så mindre børn i deres leg i dem i særlig grad vil udvikle deres motorik. De laves i størrelser, der er velegnede til at have stående inde i til eksempel stuen, også på grund af deres design og kvalitet. Rutsjebanesættet NOAH XL samt aktivitetssættet EMILY gør brug af et forholdsvist almindeligt formsprog for en trappe kombineret med en rutsjebane og til dels en bro. Der er i motorikmøblerne anvendt hårdere PE-skum og kvalitetsbetonede materialer og udførsel, herunder med i det væsentlige tildækkede syninger tilpasset mindre børn. I 2019 solgte Legeskum ApS 1.577 enheder, i 2020 solgtes 2.999 enheder og i 2021 solgtes frem til september 1.827 enheder. Direktør Lars Detleffsen har om salget i 2021 forklaret, at det er sandsynligt, at der skal tillægges 6-700 enheder for at anslå det årlige resultat. Ca. 60% af de solgte enheder er ifølge Lars Detleffsen solgt i

farvekombinationen hvid og grå, der er den mest populære. Møblet NOAH er markedsført i hvert fald siden 2018 og løbende udviklet og også tilpasset det danske marked. Møblet NOAH XL sælges som nævnt fra Legeskum ApS' hjemmeside og fra forretningerne Ønskebørn og Børneloppen, hvor butikkerne står for salget af 10-12% af produktionen. Modellen EMILY er lanceret i 2020 og solgt i 10 eksemplarer i 2020 og i 13 eksemplarer frem til september 2021. Retten finder, at der i udformningen af produkterne er foretaget flere designmæssige valg, som ikke kun er funktionsbestemte. Motorikmøblerne har efter rettens vurdering et vist kommercielt særpræg og nyder derfor beskyttelse mod meget nærgående eller slaviske produktefterligninger, jf. markedsføringslovens § 3, stk. 1.

Little Hugs er registreret som enkeltmandsvirksomhed den 3. marts 2020 og påbegyndte sin virksomhed i juni 2020. Den 1. august 2020 sendte Little Hugs som ovenfor nævnt en mail til IGLU, der efter det foreliggende er identisk med virksomheden Pepi Rer Sia. Det er i mailen anført, at de havde set IGLU's produkter og gerne ville sælge dem. Kaspars Rocis svarede den 11. august 2020, at alt dansk salg skete gennem legeskum.dk og opfordrede til at kontakte dem. Det må således efter rettens vurdering antages, at Little Hugs havde set de i sagen omhandlede produkter på dette tidspunkt. Efter det af Camilla Ollaik, der er daglig leder, forklarede, opfattede hun "legeskum" som udtryk for skumlegetøj til børn. Hun vidste, at der fandtes en hjemmeside med betegnelsen "legeskum.dk", men undersøgte det ikke nærmere. Hun var tidligere påbudt at fjerne ordet "legeskum" fra Little Hugs' hjemmeside, men fik ikke gjort det overalt, hvorfor parterne ifølge hendes forklaring i marts 2021 indgik en aftale herom. Camilla Ollaik har endvidere anført, at hun i maj 2021 modtog en mail fra producenten Velinda om aktivitetssættet og i juni 2021 om rutsjebanesættet "Maxi" med og uden velcro. Produkterne indgik herefter i Little Hugs' sortiment.

Det er ubestridt, at møblerne NOAH XL og EMILY og rutsjebanesættet Maxi og rutsjebanesættet med velcro med bro i det væsentlige har de samme dimensioner og alle i nuancer af grå og hvid. De har helt samme grundlæggende udformning med trin, rutsjebane, bro og balancebold/element. Som anført af Little Hugs kan der påpeges forskelle mellem produkterne. De væsentligste er, at der i sættene anvendes en smal strimmel af velcro til at holde rutsjebanen, broelementet har en tydelig forskel i buehøjde og i deres sæt anvendes softskum og ikke som i de øvrige den hårdere pe-skum.

Under sagen har retten besigtiget de omhandlede motorikmøbler fra Legeskum ApS og Little Hugs. Retten finder det efter en samlet vurdering sandsynliggjort, at Little Hugs' produkt rutsjebanesæt "Maxi" med velcro må anses som i det mindste en meget nærgående efterligning af Legeskum ApS' model NOAH XL, der i det alt væsentlige har samme helhedsindtryk. Produkterne fremstår i far-

vekombinationen grå/hvid som markedsmæssigt forvekslelige. De mindre variationer i modellerne kan ikke føre til et andet resultat.

Legeskum ApS' møbel, EMILY, og Little Hugs rutsjebanesæt med bro og balancebold har betydelige lighedspunkter. De er imidlertid som ovenfor nævnt ikke lavet i samme materiale, der er markant farvevariation på trin, selve rutsjebanen har en tydelig forskel ved overgangen fra broen. Retten finder derfor efter en samlet vurdering, at det ikke i fuldt tilstrækkelig grad er sandsynliggjort at der foreligger en meget nærgående efterligning.

Rutsjebanesættet "Maxi" uden velcro er identisk med sættet med velcro, bortset fra velcro, og derfor i hvert fald også en meget nærgående efterligning, Hussein Ollaik og Camilla Ollaik har forklaret, at Little Hugs ikke længere sælger eller markedsfører rutsjebanesættet "Maxi" uden velcro. Produktet vil aldrig på ny indgå i Little Hugs' sortiment, ligesom varen ikke er på lager. Retten finder herefter, at Legeskum ApS' mulighed for at opnå sin ret ikke vil forspildes ved at afvente en eventuel tvists afgørelse, jf. retsplejelovens § 413, nr. 3.

Om rutsjebanesættet "Maxi" med velcro har Camilla Ollaik forklaret, at dette sæt ikke på nuværende tidspunkt sælges på grund af sagen. De ophørte hermed i september 2021. Interesserede kunder optages på en venteliste, hvorpå der aktuelt er ca. 60 personer. Det er efter rettens vurdering sandsynliggjort, at Little Hugs ved Hussein Ollaiks adfærd nødvendiggør, at der meddeles forbud og påbud angående dette produkt, da Legeskum ApS' mulighed for at opnå sin ret ellers vil forspildes, jf. retsplejelovens § 413, nr. 2 og 3. Af samme grunde findes der ikke bestemte grunde til at antage at der forefindes et varelager med rutsjebanesættet. Påstanden om beslaglæggelse tages derfor ikke til følge, jf. retsplejelovens § 423, stk. 1.

Samlet set tages Legeskums ApS' påstand til følge for så vidt angår Little Hugs rutsjebanesæt "Maxi" med velcro som nedenfor bestemt.

Som følge af, at Legeskum ApS ikke har godtgjort, men alene sandsynliggjort, at der sker en krænkelse af deres ret, skal et forbud betinges af en sikkerhed, jf. retsplejelovens § 415, stk. 1. Der foreligger ikke nærmere oplysninger om Little Hugs' omsætning og indtjening. Efter det oplyste om, at der er 60 personer på venteliste til rutsjebanesættet "Maxi" med velcro og det i øvrigt foreliggende fastsættes sikkerheden skønsmæssigt til 150.000 kr. Beløbet skal stilles i Retten i Hillerød senest den 22. februar 2022.

Sagsomkostninger
Legeskum ApS må anses for at have fået medhold for så vidt angår det for virksomheden væsentligste produkt, både for så vidt angår image og værdi. Little Hugs adfærd under sagen, hvor rutsjebanesæt uden velcro er udtaget af deres

sortiment, skal indgå i vurderingen til fordel for Legeskum ApS. Little Hugs har fået medhold for så vidt angår rutsjebanesættet med bro og balancebold, der sælges i meget begrænset omfang, og hvor sagen i højere grad har drejet sig om typen NOAH XL. Retten finder efter sagens omfang og udfald, at Little Hugs ved Hussein Ollaik skal betale sagsomkostninger til Legeskum ApS med 300 kr. til dækning af retsafgift og 35.000 kr. til dækning af passende udgifter til advokatbistand. Legeskum ApS er momsregistreret.

THI BESTEMMES:

Hvis Legeskum ApS senest den 22. februar 2022 stiller sikkerhed på 150.000 kr., vil retten meddele følgende forbud:

1. Little Hugs ved Hussein Ollaik og Hussein Ollaik forbydes at markedsføre, herunder udbyde til salg, sælge, importere eller eksportere produktet rutsjebanesæt Maxi med velcro som afbilledet i 14.

2. Little Hugs ved Hussein Ollaik og Hussein Ollaik påbydes at tilbagekalde produktet omfattet af punkt 1 fra sine butikker, distributører og erhvervsmæssige kunder, undtagen slutbrugeren (forbrugere uanset om disse er erhvervsmæssige).

Little Hugs ved Hussein Ollaik skal i sagsomkostninger til Legskum ApS betale 35.300 kr.

Sagsomkostningerne skal betales inden 14 dage og forrentes 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.

Publiceret til portalen d. 14-02-2022 kl. 08:57
Modtagere: Advokat (L) Thomas Kruse Lie, Advokat (L) Niels Christian Døcker, Sagsøgte Hussein Ollaik (Little Hugs), Sagsøger Legeskum ApS