

# Adliga vapen som varumärken

VID 2010 ÅRS adelsmöte uppdrogs åt riddarhusdirektionen att utfärda rekommendationer för Riddarhusets ätter när det gäller användning av ättevapnen som varumärken. Bakgrunden är att det genom ett avgörande i Regeringsrätten har blivit klart att de adliga vapnen i Sverige för närvarande inte åtnjuter något skydd mot att företag använder dem som grund för varumärken. Detta trots att de av Kungl. Maj:t en gång givna föreskrifterna om ensamrätt till vapnen formellt inte har upphävts.

Annorlunda förhåller det sig i ett antal andra europeiska industriländer. I Nederländerna och Belgien finns gällande lagregler om skydd. I Tyskland gäller enligt praxis att endast den som har rätt till namnet har rätt att använda vapnet. I Frankrike gäller enligt utslag i högsta förvaltningsdomstolen i princip samma sak som i Tyskland. I Storbritannien konsulterar varumärkesmyndigheten College of Arms om ett figurmärke ser ut att kunna vara en brittisk vapensköld. Registrering vägras om College of Arms avstyrker.

Med hänsyn till den naturliga kopplingen mellan ättenamn och ättevapen har det svenska avgörandet i Regeringsrätten förts till Europadomstolen för mänskliga rättigheter såsom en kränkning av den berörda ättens namn och vapen. Denna talan riktar sig alltså mot svenska staten. Riddarhuset har ekonomiskt stött den berörda ätten, när det gäller kostnaderna för att föra saken till Europadomstolen. Utgången följs med intresse från adelsorganisationer i en del andra länder med motsvarande problem, till exempel Italien. Där förekommer inte sällan att en vinfirma, som förvärvat en egendom med en byggnad som en gång uppförts av någon adelsman, sedan använder sig av det vapen som man funnit på byggnaden på vinetiketterna. Detta oberoende av om ätten fortlever eller inte.

Olika överväganden har förekommit om möjligheter för ätterna att skydda sig mot att obehöriga »kapar» deras vapen genom att själva registrera dem som varumärken. Tanken har avförts som orealistisk, främst av ekonomiska skäl. Registreringen måste



*Hjärtskölden i ätten von Essens vapen är numera varumärkesskyddad. Illustration Michael Boston.*

ske i åtminstone några varu- eller tjänsteklasser och upprätthållas genom årsavgifter. Används inte märket kan rätten förfalla.

Kvar står att uppmärksamma medlemmarna av Riddarhusets ätter på risken för att ättevapnen utnyttjas av personer och företag som inte har någonting med ätten att göra. En första sak är att inte själv använda sig av vapnet i kommersiella sammanhang. Märket med vapnet blir då en tillgång i rörelsen och kan följa med rörelsen, om den avyttras. En annan sak är att inte medge under hand för hotell och konferensanläggningar – som drivs i byggnader som tidigare tillhört någon ätt – att använda sig av vapnet på föremål i rörelsen. Förfrågningar har till exempel förekommit om att få trycka pappersservetter med vapnet eller att ha dekaler med vapnet på firmabilar.

Att ett företag använder sig av ett adelsvapen på sina broschyrer eller andra föremål behöver inte betyda att företaget har registrerat det som varumärke. Det kan då finnas utrymme för att ta upp saken med företaget och förklara att det är olustigt för ätten att dess vapen används på det sättet. Eventuellt kan man enas om att modifiera bilden, så att den inte direkt överensstämmer med vapnet. ☞

*Erik Tersmeden, vice ordförande  
i riddarhusdirektionen*

## Varumärket von Essen

Släktföreningen von Essen stipulerar i sin stadga att namnet ska ses som ett varumärke värt att vårda och utveckla. Med hjälp av en expert på immaterialrättsliga frågor har släktföreningen lämnat in en ansökan för varumärkesregistrering av hjärtskölden, bilden av en uggle på en stock av guld.

Släktföreningen vill gärna att varumärket används och kommer i samråd med medlemmarna och släkträdet att ta beslut om sanktionerade produkter, enheter och material med det nya märket så att det juridiska skyddet upprätthålls.

Vill man göra en intressant bildmässig resa kan man titta på formgivning för adelns vapensköldar, som finns i original på Riddarhuset. Sköldebrevet beskriver i ord hur den nya adlade personen ville ha sin design på sitt nya märke eller släktvapen. Troligtvis skedde detta i samråd och under överinseende eller ibland även i konflikt med riksheraldikern (i dag heter det statsheraldiker). Kungarna delade ut sköldebrev till adeln redan på 1400-talet. Det historiskt intressanta är att sköldebrevet beskriver hur vapnet ska se ut. Ibland ser dock den uppsatta vapenskölden i Riddarhusalen annorlunda ut jämfört med beskrivningen i sköldebrevet. Enklaste förklaringen till det är kanske tidsmode och trender. Utvecklingen eller modetrenden i återgivningen av hjärtvapnet, den minsta delen av en sköld, kan man följa i de 105 utgivna adelskalendrarna som utkommit sedan 1854.

Troligen var den ursprungliga tanken med ett släktvapen att vara unik och lätt igenkännbar. Det är samma idé med varumärken. Man kan ana att om någon tog sig friheten att kopiera en adelsmans vapen så hamnade man på fästningen. Det gör man nästan i dag också, om man kopierar en annans registrerade varumärke. ☞

*Richard von Essen, varumärkesstrateg*