



JURIDISKA FAKULTETEN  
vid Lunds universitet

Joel Jacobsson

Internetauktioners ansvar för de  
objekt som säljs via tjänsten  
-särskilt om Internetauktionen Tradera

Examensarbete  
30 högskolepoäng

Handledare: Ulf Maunsbach

Ämnesområde: Immaterialrätt

Termin 9

# Innehåll

<b>SUMMARY .....</b>	<b>1</b>
<b>SAMMANFATTNING.....</b>	<b>2</b>
<b>FÖRKORTNINGAR .....</b>	<b>3</b>
<b>1 INLEDNING .....</b>	<b>4</b>
1.1 Introduktion till ämnet .....	4
1.2 Syfte och frågeställningar.....	5
1.3 Metod och material .....	6
1.4 Avgränsningar.....	7
1.5 Disposition .....	8
<b>2 PIRATKOPIERINGSINDUSTRIN .....</b>	<b>9</b>
2.1 Effekter och omfattning .....	9
2.1.1 Distribution .....	10
2.1.2 Internethandel.....	11
2.1.3 Marknadsomfång .....	11
2.1.4 Tillgång och efterfrågan.....	12
2.1.5 Kriminella nätverk .....	12
2.2 Piratkopiering ur ett europeiskt perspektiv .....	13
2.3 Svenska tullens verksamhet .....	14
<b>3 INTERNETAUKTIONER.....</b>	<b>16</b>
3.1 eBay och Tradera.....	16
3.2 Verksamheten.....	17
3.3 Traderas användarregler .....	18
3.3.1 Immaterialrättspolicy .....	19
3.3.2 VeRO .....	20
<b>4 RÄTTSPROCESSER MOT EBAY .....</b>	<b>21</b>
4.1 Frankrike.....	21
4.1.1 L'oréal .....	22
4.2 USA .....	22
4.3 Storbritannien .....	24

4.3.1	Käromål och svaromål .....	24
4.3.2	Frågeställningar.....	25
4.3.3	Begäran om förhandsavgörande.....	26
<b>5</b>	<b>INTERNETAUKTIONERS RÄTTSLIGA STÄLLNING .....</b>	<b>27</b>
5.1	<b>Köparen och säljarens bundenhet.....</b>	<b>27</b>
5.2	<b>Köp vid traditionell auktion.....</b>	<b>30</b>
5.3	<b>Köp vid Internetauktion.....</b>	<b>31</b>
5.3.1	Internetauktion mellan näringsidkare och konsument.....	31
5.3.2	Internetauktion mellan två privatpersoner.....	32
5.4	<b>Auktionens roll som mellanman .....</b>	<b>33</b>
5.4.1	Traditionella auktioner .....	33
5.4.2	Traderas roll .....	34
<b>6</b>	<b>ANSVAR SOM TILLHANDAHÅLLARE.....</b>	<b>36</b>
6.1	<b>Ansvar som elektronisk anslagstavla .....</b>	<b>36</b>
6.1.1	Uppsiktskravet .....	36
6.2	<b>Ansvarsfrihet för mellanhänder .....</b>	<b>38</b>
<b>7</b>	<b>ANSVAR ENLIGT VARUMÄRKES-LAGEN .....</b>	<b>41</b>
7.1	<b>Köparens ansvar .....</b>	<b>41</b>
7.2	<b>Säljarens ansvar .....</b>	<b>42</b>
7.3	<b>Traderas ansvar .....</b>	<b>43</b>
7.3.1	Ansvar som gärningsman.....	43
7.3.2	Ansvar som medfrämjare till brott .....	44
7.4	<b>Tradera och sponsrade länkar.....</b>	<b>45</b>
<b>8</b>	<b>SLUTSATSER.....</b>	<b>49</b>
8.1	<b>Frågeställning 1.....</b>	<b>49</b>
8.2	<b>Frågeställning 2.....</b>	<b>50</b>
8.3	<b>Frågeställning 3.....</b>	<b>50</b>
<b>9</b>	<b>AVSLUTANDE DISKUSSION.....</b>	<b>52</b>
	<b>BILAGA.....</b>	<b>54</b>
9.1	<b>Traderas användaravtal.....</b>	<b>54</b>
	<b>KÄLL- OCH LITTERATURFÖRTECKNING.....</b>	<b>57</b>

<b>RÄTTSFALLSFÖRTECKNING .....</b>	<b>61</b>
------------------------------------	-----------

# Summary

The purpose of this thesis is to discuss the question of liability in terms of what responsibility the providing auction site has for goods being sold online. The underlining research question of this thesis should be perceived in light of the ongoing foreign legal development in the area of Internet auctions. This thesis examines the current legal situation concerning the Swedish Internet auction provider Tradera, which is a subsidiary under the global online auction site eBay.

The basis is therefore a number of legal processes that proprietors of certain well known trademarks have issued against eBay in both the US and Europe. The core of these legal cases has been to stipulate whether auction site providers can be found liable for selling counterfeit goods and also to resolve the matter of which party should invest resources in surveilling online auctions for infringement. The verdicts however have gone both ways, proving the difficulty of the matter. For instance, in the case of French luxury goods conglomerate LVMH, eBay was ordered to pay almost 40 million Euro in damages for failing to fulfill their obligations in reference to the counterfeit auction listings.

Bearing these ambiguous cases and verdicts in mind, the intent of this thesis is to examine the question of provider liability through a Swedish law perspective. In studying these matters, it became evident that the traditional role of the auctioneer is undergoing changes. The traditional online auction may now better be regarded as a Bulletin Board System rather than a third party agent. As a bulletin board systems provider the liability question is tried through various perspectives, taking trademark infringements and regulations for online bulletin board into consideration, as well as the certain degree of freedom from liability that intermediaries may possess.

In the conclusions, it is found that the auction site providers indeed do have a certain obligation to supervise their services and therefore bear liability for what is published on their site. What is still unclear though, is the extent of this liability and what it de facto entails. Another matter that proves to be significant in determining liability concerns the activity requirements of the site provider. For this reason a discussion regarding these aspects is presented regardless of which party the matter affects.

# Sammanfattning

Denna uppsats behandlar frågan om vilket ansvar en svensk Internetauktion har för de föremål som säljs genom dess webbplats. Denna frågeställning betraktas i framställningen mot en bakgrund av en utländsk rättsutveckling inom auktionsområdet. Uppsatsen utreder rättsläget med den svenska Internetauktionsaktören Tradera, som samtidigt är ett dotterbolag till den globala Internetauktionen eBay, som huvudsakligt exempelobjekt. Bakgrunden till detta upplägg är ett antal rättsprocesser som varumärkesinnehavare har bedrivit mot eBay i Europa och USA. Kärnan i dessa rättsfall har varit hurvida Internetauktionen kan hållas som ansvarig för försäljning av piratkopierade produkter via tjänsten, samt som följdfråga vem av parterna som måste lägga ner dyrbara resurser i att bevaka Internetauktionen efter intrångsgörande föremål. Domarna i dessa mål har visat sig utfalla olika, i favör för antingen eBay eller varumärkesinnehavarna. Som exempel kan här nämnas att det franska lyxproduktföretaget LVMH tilldelades ett skadestånd från eBay om närmare 40 miljoner Euro, då Internetauktionen inte ansågs ha skött sina förpliktelser i samband med auktionslistningarna.

Med utgångspunkt i detta oklara rättsläge strävar uppsatsen efter att undersöka hur frågan om Internetauktioners ansvar bedöms ur perspektivet av en svensk Internetauktion enligt svensk rätt. I granskningen konstateras att Internetauktionen intar en annan roll än en traditionell auktionsförrättare och ska betraktas som en elektronisk anslagstavla snarare än en kommissionär. Som tillhandahållare av en elektronisk anslagstavla prövas därefter ansvarsfrågan ur flera olika perspektiv, bl.a. med hänsyn till varumärkes-intrång, ansvarsregler för elektroniska anslagstavlors samt ur den särskilda ansvarsfrihet som mellanhänder kan åtnjuta vid e-handel.

I slutsatserna konstateras att Internetauktioner har en viss uppsiktsplikt över tjänsten de tillhandahåller och därmed ett ansvar för vad som publiceras på webbplatsen. Det är dock i dagsläget oklart hur långt en sådan uppsiktsplikt sträcker sig och vad den innefattar. Vad som kan betraktas som ett aktivt handlande från Internetauktionen är ytterligare en fråga som får stor betydelse avseende ansvarsfrågan vid auktionering. Avslutningsvis förs därför ett resonemang kring hur dessa aspekter bör beaktas, oberoende av vem av parterna frågan berör.

# Förkortningar

AvtL	Avtalslagen
BBS	Bulletin Board System
BrB	Brottsbalken
Distansavtalslagen	Distans- och hemförsäljningslagen
ECC	Europeiska konsumentorganisationen
EES	Europeiska ekonomiska samarbetsområdet
E-handelslagen	Lagen om elektronisk handel och andra informations samhällens tjänster
EU	Europeiska Unionen
HD	Högsta domstolen
HUI	Handelns Utredningsinstitut
OECD	Organisationen för ekonomiskt samarbete
IT	Informationsteknologi
KKL	Konsumentköplagen
KommL	Kommissionslagen
KöpL	Köplagen
LEA	Lag om ansvar för elektroniska anslagstavlor
N° RG	Dom från Tribunal de Commerce de Paris
VeRO	Verified Rights Owner Program
VMD	Varumärkesdirektivet
VmF	EG-förordningen om gemenskapsvarumärken
VmL	Varumärkeslagen

# 1 Inledning

## 1.1 Introduktion till ämnet

*"Whatever it is, you can get it on eBay"*

**eBays slogan**

Begreppet auktion härstammar från det latinska ordet *auctio*, vilket i sin tur härleds från verbet *augere*, som betyder öka eller stegra. Det som åsyftas genom begreppet är naturligtvis den budstegring som förväntas ske mellan spekulanterna vid ett auktionsförfarande. Syftet med auktionsförrättande är att det ska fungera som medel att framkalla konkurrens mellan de personer, bland vilka man hoppas finna sin medkontrahent, för att därigenom nå det för säljaren förmånligaste avtalet. Auktionsförfarandet är i sig ett mycket gammalt sätt att bedriva handel. Redan under den romerska republikens äldre tid uppstod seden att via auktion sälja egendom från personer som blivit dömda till svårare brott, för att på detta sätt driva in skatter och avgifter till staten. Även frivilliga auktioner förekom i betydande utsträckning i antikens Rom och spelade en betydande roll i dåtidens affärsliv.<sup>1</sup>

Det är antagligen inte fel att tro att en auktion i dåtidens Rom uppvisade stora likheter med en auktion i regi av något av de auktionshus som är verksamma i dagsläget. Auktionsförfarandet har genom tiden pågått utan dramatiska förändringar och allt för komplexa juridiska frågor. Detta visar sig bl.a. genom att det i Sverige inte har stiftats någon särskild auktionslag och inte minst genom att den senast författade doktrinen jag kunnat finna med inriktning enbart mot auktion skrevs så tidigt som år 1897. Utvecklingen har dock nått i kapp det uråldriga auktionsförfarandet framförallt genom två betydande förändringar. Uppkomsten av det sk. informationsområdet där Internet spelar en allt mer framträdande roll, samt den dolda ekonomi som har skapats genom piratkopieringsindustrins utbredning.

Internetanvändningen har inneburit en plattform för auktionsföretag där verksamheten kan bedrivas 24 timmar om dygnet och 365 dagar om året med löpande auktionsavslut, samt att auktionsförrättaren inte längre behöver befatta sig fysiskt och kontrollera föremålen som står till försäljning. Utvecklingen har också inneburit att nya aktörer har dykt upp på marknaden. Även om de flesta traditionella auktionsverken numera erbjuder anbudsomgångar via Internet, är det inte dessa aktörer som har exploaterat den nya plattformen till fullo. Branschen leds av nya företag som bedriver hela sin auktionsverksamhet virtuellt utan fysiska visningsrum och där klubbslaget utförs av en dator. Den främsta av dessa nya Internetaktörer är

---

<sup>1</sup> Almén, Tore: *Om auktion såsom medel att åvägbringa aftal*, s. 1 ff.



det amerikanska företaget eBay som bedriver sin verksamhet på 21 webbplatser med över 125 miljoner aktiva auktioner dagligen. Piratkopiering är naturligtvis en äldre företeelse än Internet, och antagligen lika gammal som auktionen som försäljningsform. Omfattningen är dock avsevärt mycket större och av mer komplex karaktär än någonsin tidigare. Samtidigt som avsaknaden av fysisk kontroll av auktionsgodset gör att Internetauktionerna kan sälja miljontals föremål, istället för hundratals eller möjligen tusentals som de traditionella auktionsverken, innebär detta en risk för att intrångsgörande objekt tillåts flöda genom Internetauktionerna. Detta problem har ställts på sin spets i ett antal europeiska och amerikanska rättsprocesser som varumärkesinnehavare har drivit mot eBay, med blandade resultat. Den del av eBays framgångsrika affärsmodell som omfattas i det citat som inleder kapitlet, är kanske samtidigt Internetauktionernas största fiende.

## 1.2 Syfte och frågeställningar

Syftet med denna framställning är att utreda det svenska rättsläget vad gäller Internetauktioner, mot bakgrund av en utländsk rättsutveckling inom auktionsområdet. Den rättsutveckling som här åsyftas är de rättsprocesser som ett flertal varumärkesinnehavare har bedrivit mot Internetauktionsföretaget eBay. Dessa rättsprocesserna har bedrivits i ett flertal europeiska länder och även i USA och har i huvudsak behandlat ansvarsfrågan för eBay, dvs. vilken uppsiktsplikt Internetauktionen har för de föremål som säljs genom företagets webbplats. Då utgången i dessa mål har visat sig utfalla i favör för antingen rättighetsinnehavaren eller eBay, tycks någon bestämd rättspraxis inte ha utvecklats på området.

Denna ansvarsfråga blir relevant för många varumärkesinnehavare då handel med ansenliga mängder piratkopierade produkter, bärande kända varumärkens logotyper, bedrivs dagligen. Att försöka sondera Internetauktionsmarknaden efter intrångsgörande objekt är ett tidskrävande och dyrbart förfarande som rättighetsinnehavarna vill slippa hantera och hellre lägga över på tillhandahållaren av webbplatsen. Den övergripande frågan är således vilket ansvar en svensk Internetauktion har för de föremål som säljs genom webbtjänsten. Då omfattningen av en Internetauktions uppsiktsplikt ännu inte har prövats i svensk domstol enligt svensk lagstiftning, känns det aktuellt och relevant att utreda frågan ur ett svenskt rättsperspektiv.

För att söka svar på denna övergripande fråga har jag använt mig av följande frågeställningar:

1. *I vilken mån förekommer intrångsgörande objekt vid Internetauktioner i Traders regi?*
2. *Vilken roll har Tradera vid auktionering?*

3. *Vilket ansvar har Tradera för de objekt som auktioneras via webbplatsen?*

## 1.3 Metod och material

För att besvara mina frågeställningar och uppfylla mitt syfte har jag arbetat efter en kombination av rättsdogmatisk metod och en mer problemorienterad metod. Enligt rättsdogmatisk metod har jag beaktat och undersökt de rättskällor som erkänns inom juridiken med utgångspunkt i gällande lagstiftning för att sedan undersöka andra rättskällor i form av förarbeten, praxis och slutligen doktrin. I kombination med detta har jag samtidigt velat undersöka ämnet problembaserat, där jag utgår från problemområdet snarare än från redan befintliga regler. På grund av problemets karaktär där svensk rättspraxis, doktrin och särskild lagstiftning saknas, har jag funnit kombinationen av dessa två metoder vara ett för mig lämpligt arbetssätt. Vid granskningen av utländsk rättspraxis har jag i huvudsak utgått från prejudikat i form av domar. Vid något tillfälle i samband med fransk rättspraxis har jag dock tvingats använda mig av en sekundärkälla på grund av språkbarriären. Den något ensidiga beskrivningen av piratkopieringsindustrin, som i huvudsak grundar sig på en rapport, ska ses som en följd av svårigheten att hitta tillförlitliga och objektiva beskrivningar av industrins omfattning och påverkan.

Avseende valet av det material som ingår i uppsatsen har jag i hög grad fokuserat på aktuella juridiska och allmänna artiklar som berör ämnet snarare än juridisk litteratur. Artiklarna som här åsyftas är främst sådana som beskriver förhållandena i Internetauktionsbranschen samt sådana som redogör för det utländska rättsläget. Jag anser att informationen i dessa artiklar speglar detta nya problemområde bättre än någon information jag kunnat finna i den tillgängliga juridiska litteraturen. Exempelvis är det senaste verk jag kunnat finna som särskilt behandlar auktioner boken *Auktion såsom medel att åvägbringa aftal*, vilken författades av Almén så tidigt som i slutet av 1800-talet. Jag har dock använt mig, och haft stor nytta av modern litteratur som behandlar IT-rätten.

Eftersom auktion egentligen främst är ett medel för att ingå avtal har jag vidare haft stor nytta av Adlercreutz verk *Avtalsrätt*, och då särskilt det kapitel som berör auktion. Adlercreutz syftar här till klassiska auktioner, medan jag har problematiserat och resonerat för att anpassa förhållandena efter Internetauktionens speciella omständigheter. Inom varumärkesrätten har jag främst använt mig av Levins lärobok i immaterialrätt samt även av Maunsbachs och Wennerstens bok om Immaterialrätt.

Som bilaga till uppsatsen bifogas ett utdrag ur Traderas användaravtal med de artiklar som är relevanta för texten och läsaren. Skälet till att detta material bifogas snarare än länkas är att det i annat fall enbart är tillgängligt för Traderas medlemmar. Bilagan är även avsedd att användas som stöd för

läsaren då enbart kortare avsnitt av materialet finns refererat i uppsatsens löpande text. Då rättsområdet som undersökningen behandlar är under ständig förändring har jag valt att begränsa framställningen till sådana källor som existerade före 2009-11-30.

## 1.4 Avgränsningar

I framställningen har jag inte avsett att betrakta problemet ur vare sig rättighetsinnehavarnas eller Internetauktionernas synvinkel, utan strävat efter att förhålla mig till frågan objektivt och ur ett juridiskt perspektiv. Således gör jag ingen bedömning av vilken risk Internetauktionen Tradera genom sin verksamhet löper, att likt moderbolaget eBay involveras i rättsprocess gällande olagliga försäljningar. Jag gör heller inga spekulationer i hur en eventuell rättegång i svensk domstol skulle tänkas utfalla eller försöker formulera någon slags rekommendationer för eventuella parter i ett sådant mål. Anledningarna till att jag har valt Tradera som främsta studieobjekt är att företaget är marknadsledande i Sverige, att det finns gott om tillgängligt material rörande företagens verksamhet samt att Tradera är ett dotterbolag till eBay, som är den Internetauktion som varit part i de för texten relevanta rättsfallen. I valet har jag inte tagit hänsyn till huruvida företaget löper större, eller mindre, risk än någon annan aktör inom den svenska Internet-auktionsbranschen att riskera stämning eller åtal. På de ställen i texten där jag har kunnat använda mig av andra auktionsföretag än Tradera har jag ofta gjort detta.

I texten granskar jag även i viss mån de traditionella auktionshusens verksamhet och reglerna som rör dessa. Detta gör jag enbart av den anledningen att jag finner att det är en intressant utgångspunkt för att leda vidare resonemanget in på Internetauktionernas område. Studien ska således inte ses som en jämförelse mellan nymodigheten Internetauktion och traditionellt auktionsförfarande, även om den innehåller vissa jämförande moment. Jag vill även lyfta fram att min främsta avsikt är att betrakta problemet i ljuset av svensk rätt. I texten refererar jag stundtals till utländska (amerikanska, franska och engelska) rättsfall, dessa är i huvudsak till för att beskriva en utveckling inom varumärkesrätten, där rättighetsinnehavare stämmer Internetauktioner. Genom referaten strävar jag inte efter att jämföra europeisk och internationell rätt med den svenska rätten, undantaget från detta är dock domslut involverande EG-rätt, vilket jag beaktar i mina slutsatser.

Avslutningsvis vill jag klargöra att med begreppen ”piratkopierade”, ”intrångsgörande” och ”förfalskade” syftar till samma sak och existerar parallellt med varandra i texten enbart för att få språklig variation. Dessa uttryck motsvarar det engelska uttrycket ”*counterfeit*”.

## 1.5 Disposition

Uppsatsen inleds med ett kapitel där jag redovisar undersökningsrön och statistik kring problemet med piratkopieringsindustrin. Jag tar här utgångspunkt i det globala perspektivet i material från en studie utförd av Organisationen för ekonomiskt samarbete (OECD) och fokuserar närmare på områdena omfattning och effekter, distribution och marknad samt kriminalitetens karaktär. Vidare behandlar avsnittet tullstatistik rörande beslag av piratkopierade produkter dels inom EU och dels särskilt i Sverige. Siffrorna och övrig fakta ligger till grund för besvarande av min första frågeställning.

Sedan följer ett kapitel som tar sikte på hur handel genom Internetauktioner är konstruerad i form av funktioner och användande. Företagen Tradera och eBay presenteras här närmare samt de regler som användare av auktionstjänsten accepterar att följa i samband med medlemsregistrering. Informationen som återfinns i kapitlet är menad som en introduktion till de läsare som inte är bekanta med förfarandet vid Internetauktioner.

Vidare följer ett kapitel som fokuserar kring och refererar till utländska rättsprocesser involverande eBay. De olika rättsfallen är här fördelade efter de länder i vilka processerna bedrivits. För att få en djupare insikt i efterspelet av rättegångarna samt för att problematisera utanför parternas yrkanden innehåller kapitlet avsnitt om parternas allmänna ståndpunkter.

I det efterföljande kapitlet inleds framställningens rättstekniska del med en studie av de lagar som reglerar avtal via Internetauktion. Utgångspunkt tas här ofta i de traditionella auktionernas roll vid auktionering för sedan leda mot de speciella regler som gäller Internetauktioner. Frågeställning två granskas då jag undersöker vilken roll Tradera som mellanman har vid auktionering.

Frågan om Traderas ansvar vid försäljning av intrångsgörande varor genom deras webbplats har i framställningen fördelats upp inom två områden, dels ansvaret som tillhandahållare av en elektronisk anslagstavla enligt LEA och dels ansvaret för varumärkesintrång enligt VmL. I kapitel sex granskas betydelsen av en tillhandahållares uppsiktsplikt vid auktionering samt de ansvarsfrihetsgrunder från e-handelslagen som kan stå i relation till Traderas verksamhet. I anslutning till detta resonemang tar kapitel sju vid och behandlar ansvarsfrågan för köpare och säljare samt för Tradera som tillhandahållare av tjänsten med inriktning mot reglerna i Varumärkeslagen. Den speciella situation av ansvar som Traderas användande av sponsrade länkar kan innebära granskas i anknytning till varumärkesregleringen. Framställningen avslutas med ett kapitel där jag besvarar mina övergripande frågeställningar i följd och samtidigt redovisar mina slutsatser. I uppsatsens sista kapitel tillåter jag mig själv att utveckla personliga reflektioner i samband med en avslutande diskussion.

## 2 Piratkopieringsindustrin

Piratkopieringsindustrin är till sin natur svårbedömd när det gäller omfång och karaktär. Att det dessutom är en relativt ny företeelse som i rasande fart har ökat i storlek de senaste årtiondena gör att den samlade kunskapen kring industrin på en global nivå fortfarande är för dålig för att djupgående analyser skall kunna företas. Den analys som i dagsläget bäst belyser situationen inom piratkopieringsindustrin är utförd av Organisationen för ekonomiskt samarbete, fortsättningsvis OECD. Rapporten som offentliggjordes år 2007 bär namnet ”The Economic Impact of Counterfeiting and Piracy”, fortsättningsvis kallad rapporten, och har till syfte att kartlägga och analysera en rad frågor kring piratkopieringsindustrin.<sup>2</sup> Resultaten i rapporten fungerar som grund för beskrivningen och fastställandet att problemen med industrin existerar på global nivå. För en beskrivning av piratkopiering ur ett europeiskt- och svenskt perspektiv redogörs för beslagsstatistik från tullen och kartläggningar utförda på uppdrag av EU-kommissionen.

### 2.1 Effekter och omfattning

Piratkopiering är ett djupt rotat problem med växande omfattning och betydelse. Följdeffekter av problemet uppstår i samhället på flera olika nivåer. På ett socioekonomiskt plan kan effekter uppstå för innovationsviljan, sysselsättning, tillväxt och handel samt öka kriminaliteten även inom andra områden. Immateriella rättigheter riskerar att påverkas så till vida att negativa effekter kan uppstå för bl.a. försäljning, prissättning, varumärkesvärden och marknadsrenommé. Även konsumenter kan drabbas främst ur hälso- och säkerhetssynpunkt.<sup>3</sup> OECD:s studie visar att piratkopierade produkter produceras och konsumeras av i stort sett alla världens ekonomier, dock utmärker sig Asien som den enskilt största producentregionen, med Kina som det största produktionslandet. Urvalet av produkter som piratkopieras har under senare år utökats från produkter som traditionellt har varit lukrativa för branschen, exempelvis lyxartiklar som klockor och handväskor, till att även omfatta mera vardagliga varor som påverkar människors hälsa och säkerhet. Exempel på denna nya typ av piratkopierade produkter kan vara farmaceutiska produkter, livsmedel, medicinsk utrustning, tobaksvaror, bildelar och leksaker.

Den exakta omfattningen av piratkopieringsindustrin är svårbedömd, då det i dagsläget inte utförts en tillräckligt omfattande kvantitativ analys av marknadsläget. Även om det i vissa branscher har bedrivits studier kring piratkopieringens påverkan är detta inte tillräckligt för att skapa en sammantagen bild, då varje bransch är unik i den bemärkelsen att en studie

---

<sup>2</sup> OECD: *The economic impact of counterfeiting and piracy*

<sup>3</sup> OECD: *The economic impact of counterfeiting and piracy*, s. 6.

måste anpassas efter branschens speciella förutsättningar. Vidare är det komplicerat att mäta piratkopieringsindustrins påverkan pga. producenternas dolda natur, bristen på tillförlitliga data samt svårigheten att urskilja piratkopierade produkter från originalen. OECD har dock, utifrån en analys grundad på internationell handel, produktkategorier som bedömdes löpa störst risk att kopieras, ekonomier som bedömdes vara mest lukrativa för piratkopior samt data från tullmyndigheter, uppskattat att handeln med piratkopierade varor under år 2005 uppgick till så mycket som 200 miljarder amerikanska dollar, ett belopp som är större än bruttonationalprodukten hos 150 av världens länder. Det bör också påpekas att denna uppskattade summa inte inkluderar de produkter som produceras och konsumeras inom ett lands gränser eller de piratkopierade digitala produkter som distribueras via Internet. Om dessa parametrar skulle tillföras bedömningen, skulle detta innebära en ökning av summan med flera hundra miljarder dollar.<sup>4</sup>

Det kan här vara intressant att notera att det finns skilda bud vad gäller piratkopieringens omfattning uppskattad i siffror. På bl.a. Internationella handelskammarens webbplats nämns siffran 600 miljarder dollar i årlig omsättning globalt, med 200 till 250 miljarder dollar i förluster för amerikanska företag årligen. Dessa siffror bygger på uppfattningen att handeln med piratkopierade varor kan bedömas utgöra cirka fem till sju procent av världshandeln i stort.<sup>5</sup> Denna kalkyl är dock mindre exakt än OECD:s uppskattning som tar in fler parametrar i bedömningen. OECD menar att siffrorna från deras rapport inte redovisas i statistiken, trots att den är den mest aktuella bedömningen, då rapporten på att visar ett lägre belopp än vad man tidigare trott. Branschorganisationer har i många fall ett intresse av att hålla siffror som bedömer piratkopieringens omfattning så höga som möjligt<sup>6</sup>.

## 2.1.1 Distribution

Enligt rapporten har distributionsnätet för piratkopierade produkter utökats, från att tidigare mestadels ha distribuerats via informella handelskanaler, som exempelvis marknadsplatser, till att även omfatta legitima försäljningskedjor och etablerade butiker. Ett sätt att infiltrera piratkopierade produkter i den legitima handeln sägs i rapporten vara så kallad ”produkttvätt”. Genom att låta piratkopierade produkter passera genom en frihandelszon innan de transporteras vidare till slutdestinationen, kan varans ursprung manipuleras genom att produkten ompaketeras och märks med en ny ursprungsbeteckning för att på så vis undvika närmare granskning vid varans ankomst till slutdestinationen.<sup>7</sup>

---

<sup>4</sup> OECD: *The economic impact of counterfeiting and piracy*, s. 16.

<sup>5</sup> ICC BASCAP: *Business action to stop counterfeiting and piracy*.

<sup>6</sup> Jmf. ICC BASCAP: *Business action to stop counterfeiting and piracy*.

<sup>7</sup> OECD: *The economic impact of counterfeiting and piracy*, s. 14

## 2.1.2 Internethandel

Handeln via Internet har inneburit en ny stor distributionskanal för piratkopierade produkter i och med utvecklingen av e-handel genom Internetauktioner och webbbutiker. Internethandel anses i rapporten vara attraktiv som distributionskanal för piratkopierade produkter av följande anledningar:<sup>8</sup>

- **Anonymitet:** Möjligheten för piratkopierare att vara anonyma innebär en väsentligt minskad risk att bli avslöjade.
- **Flexibilitet:** Möjligheten att snabbt kunna upprätta en försäljningskanal var som helst i världen innebär möjligheter till flexibilitet. En Internetsida kan dessutom lätt tas ur bruk eller förflyttas till regioner där det immaterialrättsliga skyddet är svagt.
- **Marknadens storlek:** Antalet e-handelssidor är i dagsläget enormt, vilket gör det svårt för rättighetsinnehavare att bevaka och agera mot intrång.
- **Marknadens räckvidd:** Genom Internet kan en säljare nå en global marknad dygnet runt med låga omkostnader. För säljare av piratkopior innebär denna nya marknad en stor möjlighet att utöka försäljningen.
- **Missledning:** I syfte att förleda konsumenter kan säljare manipulera med omdömen från tidigare köpare för att invagga nya köpare i falsk säkerhet. Att försäljning sker via sidor med professionellt utseende och att piratkopierade produkter säljs samtidigt som originalprodukter är ytterligare faktorer som kan förleda konsumenter.

## 2.1.3 Marknadsomfång

OECD delar in marknaden för piratkopierade produkter i två delar, dels den primära marknaden och dels den sekundära marknaden.

I den primära marknaden har piratkopior infiltrerats i legitima försäljningskedjor och konsumenten köper en piratkopierad vara i tron att det är en originalprodukt.

Den sekundära marknaden innefattar konsumenten som köper piratkopierade varor medveten om att dessa inte är originalprodukter. Storleken och omfattningen av sekundära marknader är i stora delar beroende av att det finns en prisskillnad mellan originalprodukten och dess piratkopierade motsvarighet. Om prissättningen av produkterna skulle vara på samma nivå,

<sup>8</sup>

OECD: *The economic impact of counterfeiting and piracy*, s. 14.

skulle efterfrågan av piratkopierade produkter försvinna, medan efterfrågan ökar när piratkopierade produkter säljs till ett väsentligt lägre pris än originalen. Den sekundära marknadens omfattning är också beroende av vilken produkttyp den gäller. Konsumenter är troligen betydligt mer benägna att medvetet köpa piratkopierade cd-skivor än vad de är att köpa piratkopierade läkemedel. Efterfrågan på kopierade produkter skiftar även mellan olika länder beroende på socioekonomiska skillnader.<sup>9</sup>

## 2.1.4 Tillgång och efterfrågan

Tillgången och efterfrågan av piratkopierade produkter styrs enligt OECD:s rapport av sammanlagt sex olika faktorer. De tre faktorer som styr tillgången av piratkopierade produkter på en marknad är följande.<sup>10</sup>

- Marknadens karaktär för den berörda produkten, där hög vinstmarginal, potentiellt stor marknad och starka varumärken hos originalprodukterna är drivande faktorer.
- Tekniska och distributionsmässiga förutsättningar för marknadsetablering, där drivande faktorer är låga investeringsbehov, oproblematiske distribution och försäljning samt lätthet att förleda konsumenten.
- Riskfaktorn, där låga straff och låg risk för åtal är drivande faktorer.

De tre faktorer som bedöms styra efterfrågan av kopierade produkter är som följer.

- Produktkaraktär, där låga prisnivåer och acceptabel kvalitet är drivande faktorer.
- Konsumentens personliga egenskaper, där låga säkerhets- och hälsokrav, budgethänsyn samt bristande hänsyn till immateriella rättigheter är drivande faktorer.
- Riskfaktorn, där de drivande faktorerna är risk för att bli upptäckt samt strafflängd.

## 2.1.5 Kriminella nätverk

Piratkopiering är en brottslig verksamhet som kan ge mycket hög profit. I många fall kan förtjänstmöjligheterna överstiga de från exempelvis droghandel, medan straffpåföljderna och risken för att bli avslöjad är lägre i förhållande till annan kriminell verksamhet. Det är därför föga förvånande

---

<sup>9</sup> OECD: *The economic impact of counterfeiting and piracy*, s. 24.

<sup>10</sup> OECD: *The economic impact of counterfeiting and piracy*, s. 10.



att industrin är en attraktiv bransch för den mer organiserade brottsligheten. OECD menar att Maffian i Europa, Nord- och Sydamerika samt Triaderna i Asien har piratkopiering som en del av sin verksamhet, utöver narkotikahandel, prostitution och trafficking. Uppgifter från Interpol säger att inkomster från industrin är en viktig försörjningskanal för terroristgrupperingar. Antingen genom att grupperingarna själva är direkt inblandade i verksamheten, eller indirekt, genom att finansiellt stöd som härstammar från industrin, skänks av sympatisörer till grupperna.<sup>11</sup>

## 2.2 Piratkopiering ur ett europeiskt perspektiv

För att få ett grepp om i vilken omfattning piratkopierade produkter strömmar in och ut ur EU-länderna kan statistik över tullens beslag av piratkopierade varor fungera som en viktig värdeämätare. Statistiken över antalet beslag som gjordes vid EU-ländernas gränser under år 2008 visar att beslagen av piratkopierade produkter ökade för åttonde året i rad. Sammanlagt gjorde tullen över 49 000 beslag vilket kan jämföras med 2003 års statistik om ca 11 000 beslag. Den totala mängden beslagtagna produkter uppgick till 178 miljoner, vilket var mer än en fördubbling i jämförelse med beslagen under år 2007 då antalet beslagtagna produkter uppgick till 79 miljoner. Framförallt beslagen av CD/DVD-skivor ökade kraftigt under år 2008. I alla övriga produktkategorier ökade såväl antalet beslag som den beslagtagna mängden produkter, dock inte lika kraftigt som inom kategorin CD/DVD-skivor. Det är fortfarande de klassiska piratkopierade varorna som står för det största antalet beslag, dvs. kläder, skor, smycken och klockor, medan cigaretter är den sektor som står för det största antalet beslagtagna produkter.<sup>12</sup>

I en rapport utförd på uppdrag av EU-kommissionen dras slutsatsen att marknaden för piratkopior växer inom EU. Även om en ökning av beslagtagna produkter inte automatiskt behöver innebära att marknaden växer, kan denna information i samband med statistik som visar på en ökad tillgång av piratkopior till försäljning, skapa en sammantagen bild av en uppåtgående trend inom EU.

Av de produkter tullen beslagtar har 58 procent sitt ursprung i Kina vilket gör landet till den överlägset största exportören av piratkopierande varor. Näst i tur står Turkiet, men beslagen därifrån står enbart för fem procent av tullens totala antal beslag. Vid ca 15 procent av beslagen kan produktens ursprungsort inte fastställas med säkerhet. Detta kan bero på att man har försökt dölja varornas ursprung genom att låta transporten gå igenom en frihandelszon och att varorna har ompaketerats.

---

<sup>11</sup> OECD: *The economic impact of counterfeiting and piracy*, s. 15.

<sup>12</sup> European Commission -Taxation and customs union: *Results at the European border 2008*, s.11.

Beslagen, som sker i samband med att passagerarflyg från främst Kina och Turkiet anländer till EU, omfattar enligt statistiken ca 40 procent av det totala antalet beslag som utförs. Flygpassagerare har dock som regel inte möjlighet att ta med några större mängder varor, vilket gör att de kommersiella transporterna står för nästan hela beslagsmängden, 95 procent. Denna princip gäller även transporttyper, där flest beslag görs vid lufttransporter och via posten, medan båttransporter står för den största delen av beslagsmängden. Tullens beslag sker typiskt vid en importsituation eller i transit. Det är ovanligt att beslag görs när varor väl har lyckats passera in över gränsen.

Immaterialrättsligt sett visar statistiken att 92 procent av produkterna som tas i beslag strider mot ett nationellt eller ett gemenskapsvarumärke och gör dessa överträdelser till de överlägset vanligaste. Dessa produkter härstammar från i stort sett alla av marknadens branscher. Av de produkter som strider mot patentskyddet, fem procent i statistiken, är det främst elektronisk utrustning som MP3- och DVD-spelare, mediciner och sportutrustning med speciella patent som överträder reglerna. Material på CD- och DVD-skivor är de produkter som oftast överträder upphovsrätten. Statistiken visar att det är relativt ovanligt att sådant material beslagtas, då det utgör knappt två procent. Ännu ovanligare är det att produkter strider mot mönsterskyddet och det rör sig då främst om klädartiklar, leksaker samt accessoarer för mobiltelefoner.<sup>13</sup>

## 2.3 Svenska tullens verksamhet

I syfte att motverka immaterialrättsintrång har den svenska tullen rätt att stoppa misstänkt gods vid gränsen, då det anländer från ett land utanför EU. Beslag av gods kan ske på tullens eget initiativ eller efter ansökan från en rättighetsinnehavare. Ansökan skall innehålla den information tullen behöver för att kunna urskilja förfalskade produkter från riktiga produkter. Vid undersökningar av stoppat gods blir ofta den information rättighetsinnehavaren har förmedlat direkt avgörande för om godset skall kunna beslagtas. Det faktum att kvaliteten på förfalskade produkter har höjts de senaste åren, att högteknologiska produkter allt oftare kopieras samt att förfalskade produkter i allt högre utsträckning samfraktas med äkta gör tullens möjligheter att urskilja godset svårare än tidigare.

Statistiken visar att 80 procent av tullens beslag utförs efter ansökningar från rättighetsinnehavare. Resterande 20 procent sker när tullen på eget initiativ, vid misstanke om immaterialrättsintrång, stoppar gods. Vid dessa ex officio-ingripanden har tullen tre arbetsdagar på sig att finna rättighetsinnehavaren för att avgöra om godset skall beslagtas eller släppas vidare. Rättighetsinnehavarens ansökan om ett tullingripande vid misstänkta immaterialrättsintrång kan omfatta ett eller flera EU-länder, ända upp till

---

<sup>13</sup> European Commission -Taxation and customs union: *Results at the European border 2008*, s. 5 ff.

samtliga 27 medlemsstater. När godset har stoppats kontaktas den berörda rättighetsinnehavaren, som sedan får avgöra om det rör sig om en förfalskning eller inte. Tullen ingriper inte mot parallellimporterade varor och inte heller mot varor som har ett marknadsvärde som inte överstiger 1 700 kronor och samtidigt inte bedöms vara av kommersiell natur. Om det rör sig om förfalskade varor skall rättighetsinnehavaren skriftligen bekräfta detta, varefter en civilprocess inleds mellan importören och rättighetsinnehavaren. Den vanligaste utgången i sådana processer är att parterna förlikas och att godset därefter makuleras. Det händer dock i enstaka fall att rättighetsinnehavare lämnar in en stämningsansökan till domstol.

Under år 2007 gjorde svenska Tullverket sammanlagt 602 ingripanden mot införsel av förfalskade varor. Totalt beslagtogs över 1,1 miljoner varor med ett beräknat marknadsvärde om närmare 87 miljoner kronor. Detta beskrivs som en markant ökning av antalet förfalskade varor jämfört med året innan, då cirka 80 000 varor beslagtogs. Här bör dock påpekas att denna ökning främst beror på ett stort beslag av cigaretter som motsvarar cirka 85 procent av det totala antalet varor. I övrigt stoppade varutyper anges vara accessoarer såsom väskor, solglasögon och skor, vidare även leksaker, spel och konfektionsvaror.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup>

Tullverket: *Beslagsstatistik*.

## 3 Internetauktioner

Under det senaste årtiondet har Internet utvecklats från att ha varit ett relativt okänt medium till att idag utgöra en del av vardagen i hushållen. En mycket stor del av de svenska hushållen använder numera Internet dagligen, för att söka information eller för att köpa produkter och tjänster. Det finns dessutom mycket som tyder på att handeln via Internet i framtiden bara kommer att fortsätta växa. Handelns utredningsinstitut, fortsättningsvis HUI, menar att e-handels utveckling tycks vara av strukturell karaktär snarare än konjunkturbetingad. Således har handeln via Internet fortsatt att öka trots att lågkonjunkturen under åren 2008 och 2009 har inneburit svagare tillväxttal för den traditionella detaljhandeln. Under det för detaljhandeln historiskt sett omsättningsmässigt svaga tredje kvartalet år 2008 ökade försäljningen över Internet med 14,7 procent jämfört med samma kvartal året före. E-handeln lyckades under år 2008 för första gången passera en omsättning över 20 miljarder kronor, vilket innebar att den utgjorde cirka fyra procent av den totala detaljhandeln i Sverige. Detta trots att en stor del av den traditionella detaljhandeln backade under samma period.<sup>15</sup> HUI ser detta som ett tecken på att utbredningen av e-handeln ännu inte har nått sin tillväxttopp. Den ekonomiska krisen har visserligen pressar ner e-handels kraftiga tillväxt till svagare nivåer, men branschen fortsätter att öka starkare än den traditionella butikshandeln. Överlag har också framtidstron bland konsumenterna fortsatt vara stark, enligt HUI:s opinionsundersökningar, där åtta av tio tillfrågade konsumenter tror att de kommer att handla över Internet under det närmaste halvåret. E-handelsföretagen är dock mindre optimistiska och knappt hälften av företagen tror att försäljningen kommer att öka under det kommande halvåret.<sup>16</sup>

### 3.1 eBay och Tradera

Handel genom Internetauktioner är ytterligare ett fenomen som har uppstått i samband med Internets utbredning bland hushållen. Den i särklass största aktören bland Internetauktionerna är i dagsläget auktionssajten eBay med över 222 miljoner registrerade användare. eBay startades i USA år 1995 och har sedan dess stadigt expanderat till att år 2008 bedriva auktionssajter i ytterligare 32 länder, däribland Storbritannien, Indien och Japan.<sup>17</sup> I Sverige etablerade sig eBay år 2005 och började därmed konkurrera med den då marknadsledande svenska auktionssajten Tradera. För att undvika konkurrensen förvärvade eBay året därpå konkurrentbolaget för 365 miljoner SEK. Till en början bedrevs verksamhet via båda webbplatserna,

<sup>15</sup> Handelns utredningsinstitut, e-barometern 2008 kvartal 4, *E-handeln klarar krisen*.

<sup>16</sup> Handelns utredningsinstitut, e-barometern 2009 kvartal 2, *Stigande optimism i e-handeln*.

<sup>17</sup> eBay: *eBay Inc.*

men under år 2007 stängdes den svenska delen av eBay för att ge plats åt Tradera, då Tradera ansågs vara ett varumärke med större potential på den svenska marknaden. Traderas webbplats går att nå både via sökvägen [www.tradera.com](http://www.tradera.com) och via sökvägen [www.eBay.se](http://www.eBay.se). På Traderas första sida marknadsförs verksamheten under parollen "Tradera.com - en del av eBay".<sup>18</sup>

## 3.2 Verksamheten

eBays verksamhet har många likheter med en traditionell auktionsverksamhet. Webbplatsen som tillhandahålls fungerar som en virtuell auktionslokal där säljare och köpare själva förhandlar med varandra om ett slutligt pris för den vara som bjuds ut till försäljning. Förhandlingen sker på traditionellt auktionsvis via ett anbuds förfarande som pågår fram till en i förväg utsatt sluttid, då den budgivare som har lagt det högsta budet blir köpare av varan. Typiskt sett pågår en auktion under sju dagars tid, med det finns även möjlighet för säljaren att låta auktionen löpa under minimum 24 timmar, upp till maximum tio dagar. Säljaren förbinder sig att sälja varan till det slutpris auktionen uppnår, varvid ett bindande avtal ingås mellan säljare och köpare. Undantaget från detta är auktioner där säljaren vid auktionsstart har satt ett reservationspris på varan, dvs. ett lägsta pris, om detta belopp inte uppnås vid auktionsslutet ingås inget köpeavtal parterna emellan.

eBay får sina intäkter via ett system med avgifter för användarna som säljer via auktionen. För säljare på Tradera förekommer tre olika typer av avgifter. Till att börja med uppstår en grundavgift när säljaren listar varan som skall auktioneras. Detta sker genom att säljaren själv lägger upp en auktionsbeskrivning och de bilder av varan som skall visas vid auktionen. Säljaren väljer själv, via en mängd olika tillval, hur mycket grundavgiften blir. Auktioner med mycket bilder och auktioner som presenteras tillsammans med andra särskilt utvalda objekt, är exempel på sådana tillval som kostar extra vid listningen. Därefter tillkommer en provision till eBay baserad på auktionens slutpris.

För försäljning via Tradera sträcker sig provisionsavgiften från lägst 1 krona, upp till den högsta provisionen om 100 kronor. När auktioner avslutas utan att objektet har blivit sålt debiteras säljaren en osåltavgift som varierar från en krona upp till tio kronor. I övrigt kan avgifter tillkomma för såväl säljare som köpare om Paypal används som betalningsmetod. Paypal är ett eBayägt företag som specialiserar sig på internetbetalningar. Säljarnas annonseringsförfarande är som synes automatiserat och överläts till användarna själv. Tradera och eBay marknadsför dock aktivt de annonser som läggs upp på webbplatsen, bl.a genom sk. AdWords reklam. AdWords, eller sponsrade länkar som det heter på svenska, är ett annonssystem där företag betalar sökmotorer för att deras produkter ska visas högt upp i träfflistan vid en sökning på produktnamnet.

---

<sup>18</sup>

Tradera: Vad är Tradera.

För Tradera kan detta exempelvis innebära att Internetsökning på sökmotorn Google med sökordet ”Rolex” genererar en tidig träff och länkning till auktioner med Rolexklockor i Traderas regi.<sup>19</sup>

Under år 2008 hade eBay-koncernen 8,54 miljarder amerikanska dollar i nettointäkter och intäkterna förväntas passera 9 miljarder strecket under år 2009. Intäkterna är fördelade så att den amerikanska auktionsverksamheten bidrar med ca 50 procent av intäkterna och den internationella verksamheten bidrar med resterande 50 procent. En vanlig dag finns ungefär 100 miljoner objekt till salu på eBay.<sup>20</sup> Svenska Tradera står för ungefär en procent av de aktiva auktionerna, där en miljon objekt auktioneras ut samtidigt. Det svenska medlemsantalet är dock relativt lågt i förhållande till antalet utauktionerade objekt, ca. 1,6 miljoner av eBays totalt sett över 200 miljoner användare är svenska.<sup>21</sup>

### 3.3 Traderas användarregler

För att få sälja eller köpa varor på eBay krävs att användaren registrerar sig och skapar en profil med ett användaralias. I samband med registreringen godkänner användaren eBays användaravtal. Amerikanska eBays och svenska Traderas användaravtal uppvisar många likheter i form av struktur och regleringar.

I ett avsnitt kallat ”Ansvar” förklarar Tradera att företaget inte skall ses som en auktionsförrättare i traditionell mening, även om verksamheten ofta refereras till som en auktionssajt. Webbplatsen skall endast ses som ett forum som tillåter registrerade medlemmar att bjuda ut, sälja och köpa allt som är tillåtet enligt lag, när som helst, från var som helst och till vilket pris som helst. Tradera tydliggör i användaravtalet att de aldrig granskar auktioner som införs av medlemmarna, inte äger objekten som saluförs på webbplatsen och understryker särskilt att de inte är inblandade i transaktionerna mellan köparna och säljarna. Vidare förklarar sig Tradera inte äga någon kontroll över de auktionerade objektens kvalitet, säkerhet, laglighet eller sanningsenlighet eller riktigheten av auktionsobjekten, ej heller över säljarnas förmåga att sälja föremålen eller köparnas förmåga att köpa desamma. Användare av tjänsten får därför inte tro att utbudandet, försäljningen, köpet, exporten eller importen av någon vara är giltig och lagenlig bara för att den är listad, köpt eller tillgänglig på webbplatsen. Dessutom görs gällande att medlemmarna har accepterat att ta sitt fulla ansvar för att deras handlingar utförs enligt gällande lag.<sup>22</sup>

---

<sup>19</sup> Se mer på Google/AdWords

<sup>20</sup> eBay: *eBay Inc.*

<sup>21</sup> Tradera: *Vad är Tradera.*

<sup>22</sup> Se Bilaga: Traderas användaravtal, punkt 7, *ansvar.*

I användaravtalet stadgas att medlemmarna är skyldiga att själva försäkra sig om att en vara inte är olaglig att sälja och att auktionen av föremålet är tillåten enligt Traderas regler om förbjudna varor.

Objekt som inte får säljas på Tradera är sådana som antingen strider mot lagen eller mot de allmänna principer och värderingar som kännetecknar Traderas community. Exempel på objekt som är förbjudna att säljas på Tradera är:<sup>23</sup>

- Alkohol, droger, narkotika, hallucinogena substanser och tobak med undantag för tobaksrelaterade samlarföremål.
- Stulen egendom, varor med import-/exportförbud, pornografi och objekt som kan väcka anstöt.
- Piratkopior, bootlegs, förfalskningar och varor som strider mot varumärkesrätten.

Tradera förbehåller sig i användaravtalet rätten att ta bort alla annonser som bryter mot lagen eller deras egna värderingar och principer även om de inte finns uttryckligen beskrivna i användaravtalet. Vid överträdelser av förbudsreglerna kan Tradera vidta en eller flera åtgärder i form av avslutande av auktionen i förtid, stängning av säljarens konto och underrättelse till myndighet eller rättighetsinnehavare.

### 3.3.1 Immaterialrättspolicy

Tradera har vidare en speciell policy för missbruk av varumärken, förfalskningar och kopior. Enligt användaravtalet är det förbjudet att sälja märkeskopior (som t.ex. förfalskade klockor och handväskor), replikor, förfalskningar eller andra otillåtna kopior på Tradera. En bra riktlinje vid försäljning är att objekt märkta med ett företags logotyp, men som inte tillverkats eller godkänts av det företaget, är förbjudna att sälja på Tradera. Säljare får inte heller friskriva sig från kännedom om ansvar för äktheten eller lagligheten hos de objekt som annonseras ut till försäljning. Formuleringar i auktionsbeskrivningen i stil med ”Jag kan inte garantera äktheten hos denna vara, så bjud därefter” är därmed inte tillåtna.

Policyn sägs vara till för att skydda köpare från att handla förfalskade varor och hjälper rättighetsinnehavare att skydda sina immateriella rättigheter. Tradera samarbetar med rättighetsinnehavare för att bistå dem att skydda sina immateriella rättigheter. Vid överträdelser av policyn har Tradera rätt att vidta åtgärder mot annonsen eller mot användarkonto som står för överträdelsen.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Tradera: *Regler och policy*.  
<sup>24</sup> Ibid

### 3.3.2 VeRO

För att motverka att piratkopierade produkter utannonseras och säljs på eBay har ett Verified Rights Owner Program, fortsättningsvis VeRO, skapats, vilket är ett samarbete mellan eBay och rättighetsinnehavare. Syftet med programmet är att rättighetsinnehavare skall kunna rapportera annonser som strider mot deras rättigheter. eBay menar att det även ligger i deras intresse att försäkra sig om att förfalskade föremål tas bort från sajten, då de riskerar att minska förtroendet för eBay hos användarna av tjänsten. Grunden för VeRO-programmet är att rättighetsinnehavare registrerar exempelvis sitt varumärke hos eBay. För närvarande finns över 18 000 rättighetsinnehavare registrerade i systemet. Därefter kan rättighetsinnehavaren anmäla de annonser som misstänks strida mot deras rättighet. Enbart rättighetsinnehavaren själv kan anmäla annonser genom VeRO, men eBay hänvisar anmälningar som inkommer från andra håll vidare till den berörda rättighetsinnehavaren. Via programmet erbjuds även en möjlighet för företagen att presentera information för eBays användare om hur deras originalprodukter kan urskiljas från piratkopierade produkter och förfalskningar som florerar på marknaden.<sup>25</sup>

Tradera säger sig samarbeta med rättighetsinnehavare och ger dessa möjlighet att rapportera annonser som gör intrång i deras rättigheter. De har dock inget öppet formellt samarbete som det VeRO erbjuder. Alla Traderas medlemmar ges dock möjligheten att anmäla objekt som gör intrång i immateriella rättigheter genom en sk. klagomur. Anmälningar till Tradera sker via en länk som finns i anknytning till annonsen.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup>

eBay: *How eBay protects intellectual property (VeRO)*.

<sup>26</sup>

Tradera: *Regler och policys*.



## 4 Rättsprocesser mot eBay

eBay och deras verksamhet har under senare år varit föremål för flera utländska rättsprocesser gällande deras ansvar för de varor som säljs på webbplatsen. I detta kapitel redogörs för ett urval av dessa rättsfall, med uppdelning efter ursprungsland.

### 4.1 Frankrike

I juni år 2008 höll en fransk domstol eBay som ansvariga för försäljningen av tre stycken förfalskade handväskor från den franska modefirman Hermès som annonserats på webbplatsen. I domen konstaterades att eBay inte har vidtagit de nödvändiga åtgärder som stått inom deras makt för att förhindra intrånget, vilket har skadat Hermès varumärke. Därför dömdes auktions-sajten att utge ett skadestånd om 20 000 Euro till Hermès.<sup>27</sup> Domen i denna relativt småskaliga rättsprocess, som endast omfattade försäljningen av tre produkter, skulle visa sig viktig för domen i mycket större mål som avslutas en knapp månad senare.

Även denna gång blev eBay stämnda inför den franska domstolen Tribunal de Commerce, denna gång av världens största lyxproduktföretag, LVMH, ägare till över 50 lyxvarumärken, däribland Louis Vuitton, Christian Dior och Moët Hennessy. LVMH bevakade eBays annonseringar under det andra kvartalet år 2006 och hävdade att under perioden hade 300 000 produkter märkta med varumärket Dior och 150 000 produkter märkta med varumärket Louis Vuitton utannonserats på eBay. 90 procent av dessa bedömdes vara förfalskningar.

Domstolen ansåg även i detta fall att eBay hade varit för passiva och inte vidtagit nödvändiga åtgärder för att förhindra försäljningen av piratkopierade produkter via webbplatsen. eBays VeRO program, som lägger ett stort ansvar på rättighetsinnehavarna själva, bedömdes vara en otillräcklig insats för att förhindra försäljningen. eBay dömdes även för att ha tillåtit försäljning av vissa parfymvarumärken tillhörande LVMH som enbart får säljas av godkända återförsäljare.

LVMH tilldelades ett skadestånd från eBay om närmare 40 miljoner euro, fördelat över ca 19 miljoner euro till varumärket Christian Dior, ca 16 miljoner euro till varumärket Louis Vuitton samt ca tre miljoner euro till parfymvarumärkena.<sup>28</sup>

I ett uttalande efter domen menade LVMH att domen skulle komma att verka prejudicerande på all försäljning över Internet. De menade vidare att det nu för första gången i Frankrike står klart att innehavaren till en

<sup>27</sup>

Gupte: *eBay suffers double defeat in France.*

<sup>28</sup>

RG 2006065217, RG 2006077799, RG 2006077807.

auktionssajt är ansvarig för att se till att aktiviteten på webbplatsen inte är lagstridig. Domstolen har genom domen underkänt argumentet att ansvaret för olagliga handlingar på Internetauktioner skall tillfalla användarna och inte distributören av tjänsten. LVMH menade i sitt uttalande att eBay skall ses som en mäklare och inte enbart som en värd.<sup>29</sup>

### 4.1.1 L'oréal

L'Oréal är ett franskt företag som främst tillverkar och säljer högkvalitativ kosmetika, parfym och hårvårdsprodukter. Under 2007 omsatte bolaget ca. 17 miljarder Euro och bedrev verksamhet i 130 länder med över 63.000 anställda. I företagets s.k. lyxproduktdivision återfinns välkända parfym- och kosmetikavarumärken, så som Lancôme, Ralph Lauren och Yves Saint Laurent. Kosmetikajätten har bedrivit rättsprocesser i flera EU-länder mot den europeiska delen av eBaykoncernen, däribland Frankrike och Storbritannien. I fransk domstol kom frågan om eBays ansvar ånyo upp under år 2009, denna gång med en annan utgång i målet. Franska eBay stämde då av L'Oréal som i ljuset av de tidigare domarna segervisst yrkade att eBay inte vidtagit nödvändiga åtgärder för att förhindra intrångsgörande försäljning genom webbplatsen. Domstolen fastslog emellertid att auktionssajtens redan existerande skyddsåtgärder skulle anses tillräckliga ”för att uppfylla sina förpliktelser med god tro”. I ett uttalande i samband med domen sade sig L'Oréal vara relativt nöjda med utgången i målet, trots att de inte tilldelats något skadestånd, då de ansåg att domslutet inneburit en överenskommelse om nödvändiga och långsiktiga påtryckningsmedel för att begränsa flödet av piratkopior genom eBay.<sup>30</sup>

## 4.2 USA

Det amerikanska smyckeföretaget Tiffany & Co. stämde år 2004 eBay inför amerikansk domstol och dom i målet föll i juli år 2008.<sup>31</sup> Tiffany yrkade att hundratusentals förfalskningar av företagets silversmycken hade sålts på eBay under åren 2003 till och med 2006 och att eBay skulle hållas ansvariga till bland annat varumärkesintrång, då eBay tillåtit att dessa förfalskningar sålts via deras webbplats. Vidare yrkade Tiffany att även om det är de individuella säljarna som är ansvariga för annonseringen och försäljningen av de förfalskade produkterna, så kan eBay hållas ansvariga då de trots att de varit medvetna om problemet inte agerat tillräckligt för att stoppa det. eBay hade dessutom, trots att Tiffany begärt detta, inte stoppat annonser från säljare som utbjudit fem eller fler varor från Tiffany och inte heller

---

<sup>29</sup>  
<sup>group.</sup>

Reuters: *eBay found guilty of gross misconduct towards the LVMH*

<sup>30</sup>  
<sup>31</sup>

Dowell: *Web fakes ruling keeps claimants at bay.*  
No 04 Civ. 4607.

omedelbart stängt av säljare som Tiffany misstänkt vara involverade i rättighetsintrång mot företagets varumärke.<sup>32</sup>

eBay hävdade i sitt svaromål att det åligger Tiffany och inte eBay att bevaka webbplatsen efter förfalskningar och det var Tiffany som skulle ge eBay kännedom om eventuella förfalskningar i utbudet på webbplatsen. Vidare menade eBay, att då Tiffany har rapporterat misstänkta föremål till dem, hade dessa omedelbart avlägsnats från webbplatsen.<sup>33</sup>

I sina domskäl menade domstolen att det står klart att såväl Tiffany som eBay har intresse av att eliminera försäljningen av förfalskade Tiffany-produkter på webbplatsen. Tiffany därför att de vill skydda sitt varumärke från intrång och eBay därför att företaget har intresse av att upprätthålla bilden av sin webbplats som säker för handel. Kärnan i målet var därför inte huruvida förfalskade smycken skall få florera på eBay, utan vem som skulle bära bördan för bevakningen av Tiffanys varumärke i Internethandeln.

Rätten förklarade vidare att avgörande för om eBay skulle kunna hållas ansvariga inte var beroende av huruvida eBay bör ha kunnat förutse möjliga varumärkesintrång. Kärnfrågan var istället huruvida eBay fortsatt att erbjuda sina tjänster till säljare som gjort intrång eller som kunde misstänkas göra intrång. Rätten ansåg det som klarlagt att eBay omedelbart hade avlägsnat de annonser Tiffany hade rapporterat som intrångsgörande. eBay hade dock vägrat att bevaka webbplatsen och ta bort annonser gällande Tiffanys smycken innan de publicerats för allmänheten. Domstolen menade att det krävdes starkare skäl än förväntade intrång för att eBay skulle kunna tvingas till handling. eBay skulle inte anses som medskyldiga till den skada som säljaren, som tredje part, åsamkat Tiffany. Domen blev därför att det var Tiffany som skulle bära ansvaret för att skydda sitt varumärke.<sup>34</sup>

Vidare förkunnade domstolen att de i målet inte hade avgjort vem av parterna som haft bäst möjligheter att bevaka verksamheten via webbplatsen, utan detta lämnas som en öppen fråga. Domstolen förklarade sig hysa sympatier för Tiffany och andra rättighetsinnehavare som har investerat enorma resurser i att utveckla sina varumärken, för att sedan se dem systematiskt utnyttjas av andra på Internet. Företag som eBay kunde trots detta inte hållas ansvariga för att varumärkesintrång kan komma att försiggå på deras webbplats.

Domstolen flaggade dock för att det kan komma att ske lagändringar i ljuset av en utökad Internethandel och därmed en ökad risk för potentiella varumärkesintrång. Vidare menade domstolen att även om eBay inte kunde fällas för varumärkesintrång, fanns möjlighet för Tiffany att stämma de individuella säljarna för överträdelser.<sup>35</sup>

---

<sup>32</sup> No 04 Civ. 4607, s. 1.

<sup>33</sup> No 04 Civ. 4607, s. 2.

<sup>34</sup> No 04 Civ. 4607, s. 3.

<sup>35</sup> No 04 Civ. 4607, s. 66-.

## 4.3 Storbritannien

I maj 2009 föll dom i brittiska Royal Court of Justice gällande eBays ansvar för användarnas handlande genom webbplatsen. Liksom i en tidigare nämnd rättsprocess från Frankrike var kärandepart även i detta fallet den franska kosmetikajätten L'Oréal. I processen stämde företaget dels den brittiska delen av eBay och dels ett antal eBayanvändare, som anklagades för att ha sålt piratkopierade och parallellimporterade produkter, för varumärkesintrång. Domstolen sammanfattade de två huvudsakliga frågor som ställdes till dem enligt följande. Är eBay Europa ansvariga för varumärkesintrång som utförs av deras användare, samt begår eBay Europa varumärkesintrång då de använder sig av varumärken som har relation till piratkopierade produkter?<sup>36</sup>

### 4.3.1 Käromål och svaromål

I sitt käromål yrkade L'Oréal enligt följande:

1. Att eBay ska anses vara medskyldiga till de varumärkesintrång som utförts av de anklagade användarna av eBay. L'Oréal hävdar dock inte att eBay ska anses primärt ansvariga för den marknadsföring, saluföring och försäljning som är knuten till produkterna.
2. Att eBay ska anses vara huvudansvariga för dels de sponsrade länkar som funnits på tredje parts sökmotorer och dels de länkar som funnits på eBays egen webbsida, vilka har lett vidare till produkter som anses göra varumärkesintrång.<sup>37</sup>

De länkar som åsyftas ovan är sk. sponsrade länkar. När användare av en sökmotor klickar på träfflänken leds de direkt vidare till eBays webbsida och de auktioner som motsvarar sökordet. I detta fallet gäller det länkar som leder till auktioner av L'Oréals produkter, där vissa av produkterna bevisligen har varit förfalskningar. eBay har vidare haft en del annonsering på webbsidan som uppmuntrat användarna att söka efter vissa produkter bland sidans auktioner och i dessa annonser har produkter från L'Oréal förekommit.

Som svar på detta anger eBay att de anser att de yrkanden som framförts av L'Oréal är för breda, generella och att de syftar till att utvidga anklagelserna bortom de specifika fall, som innefattar de berörda användarna, som faktiskt tas upp i processen. I domskälen anges att domstolen inte anser att yrkandena är begränsade till att omfatta endast de handlingar som utförts av de anklagade användarna, utan sträcker sig betydligt längre än så.<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> [2009] EWHC 1094 (Ch), L'oréal v eBay, § 1.

<sup>37</sup> [2009] EWHC 1094 (Ch), L'oréal v eBay, §§ 24-25.

<sup>38</sup> [2009] EWHC 1094 (Ch), L'oréal v eBay, § 29.

## 4.3.2 Frågeställningar

Domstolen identifierar följande frågor som behöver besvaras för att kunna avge dom i målet.<sup>39</sup>

1. Är de varor som sålts av de anklagade eBayanvändarna olagliga produkter? Domstolen tar här ställning till om produkterna varit (a) piratkopierade, (b) av utomeuropeiska härkomst, (c) varuprov eller testprodukter, (d) opaketerade.
2. Kan eBay hållas som medskyldiga till intrång som utförts av de anklagade användarna?
3. Kan eBay hållas som huvudansvariga för de sponsrade länkar som lett vidare till olagliga L'Oréal-produkter?
4. Har eBay ett försvar i Direktivet om elektronisk handel (2000/31/EG) artikel 14?

I domslutet besvaras frågorna enligt följande:<sup>40</sup>

1. Av användarna bedömdes sju stycken vara skyldiga till varumärkesintrång. I fallet med två av användarna hade dessa sålt piratkopierade produkter, medan resterande del av användarna hade sålt produkter som varit avsedda för en utomeuropeisk marknad på den europeiska marknaden utan varumärkesinnehavaren L'Oréal's tillåtelse. Huruvida saluföringen av varuprover, testprodukter och opaketerade varor ska anses som varumärkesintrång beror på hur Varumärkesdirektivet ska tolkas och där är lagen otydlig. Även om dessa frågor för närvarande endast är av akademisk karaktär, kan de dock potentiellt vara stödjande för L'Oréal. Frågan kräver därför förhandsavgörande från EG-domstolen.
2. eBay kan inte hållas som medskyldiga till de varumärkesintrång som utförts av de anklagade användarna.
3. Frågan huruvida eBay har gjort intrång i kärandens varumärken i samband med användandet av sponsrade länkar och länkar på webbsidan som leder till intrångsgörande produkter, är beroende av hur Varumärkesdirektivet (89/104/EG), fortsättningsvis VMD, ska tolkas. Frågan kräver därför förhandsavgörande från EG-domstolen.
4. Även frågan om eBays eventuella försvar i Direktivet om elektronisk handel kräver förhandsavgörande från EG-domstolen.

<sup>39</sup>

[2009] EWHC 1094 (Ch), L'Oréal v eBay, § 32, p. 1-6.

<sup>40</sup>

[2009] EWHC 1094 (Ch), L'Oréal v eBay, § 481, p. 1-6.

### 4.3.3 Begäran om förhandsavgörande

Vid tidpunkten för uppsatsens färdigställande har de outredda frågorna från L'Oréal-fallet utmynnat i en begäran om förhandsavgörande från EG-domstolen, framställt av High Court of Justice.<sup>41</sup> De tolkningsfrågor som domstolen vill ha svar på rör handeln med parfymprover och oförpackade varor, användandet av sponsrade länkar samt ansvarsfrihet för tjänsteleverantörer.

Avseende handeln med prover av parfym och kosmetika, som ofta är märkta ”*inte till försäljning*”, ska EG-domstolen ta ställning till om dessa varor kan anses ha ”*förts ut på marknaden*” i enlighet med formuleringen i VMD och EG-förordningen om gemenskapsvarumärken (EG nr 40/94), fortsättningsvis VmF. Vidare begärs en tolkning om försäljning av oförpackade produkter, utan innehållsförteckning och uppgift om uppgift bäst före datum, kan innebära en brottslig handling för säljaren eller anses skada varornas image och därigenom varumärkets renommé.<sup>42</sup>

Angående näringsidkares som bedriver digitala marknadsplatsers användande av nyckelord från sökmotorsoperatörer, sk. sponsrade länkar, vill High Court of Justice ha svar på om omständigheten att ett varukännetecken visas i den sponsrade länken kan anses utgöra ”*användning*” av kännetecknet i den mening som avses i VMD och VmF. Vidare ska EG-domstolen ta ställning till om sådan användning kan sättas i samband med intrångsgörande produkter, i de fall sådana produkter förekommer vid de erbjudanden om försäljning som den sponsrade länken leder till.<sup>43</sup>

Avslutningsvis vill domstolen ha utrett huruvida en sådan användning kan anses bestå i eller inbegripa ”*lagring av information som tillhandahållits av tjänstemottagaren*” i den mening som avses i Lagen (2002:562) om elektronisk handel och andra informationssamhällets tjänster, fortsättningsvis e-handelslagen, och om den elektroniska marknadsplatsen därigenom omfattas av ansvarsfriheten.<sup>44</sup>

---

<sup>41</sup> Mål C-324/09: *Begäran om förhandsavgörande*.

<sup>42</sup> Mål C-324/09: *Begäran om förhandsavgörande*: tolkningsfråga 1-4.

<sup>43</sup> Mål C-324/09: *Begäran om förhandsavgörande*: tolkningsfråga 5-8.

<sup>44</sup> Mål C-324/09: *Begäran om förhandsavgörande*: tolkningsfråga 9.

# 5 Internetauktioners rättsliga ställning

Det finns åtminstone två olika typer av Internetauktioner, dels de som bedrivs av traditionella auktionshus och dels de som bedrivs av auktionsföretag som har hela sin verksamhet förlagd till Internet. De senare har beskrivits noggrant i avsnittet om eBay och Tradera, men det kan vara värt att nämna något om de Internetauktioner som bedrivs av auktionshus och som liknar en traditionell auktion på så sätt att varan som bjuds ut till försäljning i regel kontrolleras rent fysiskt av auktionsförrättaren, d.v.s. varan har lämnats in till, och står under, auktionshusets besittning. Den faktor som skiljer sig mot en traditionell auktion är att delar av eller hela budgivningen sker genom Internet. Budgivningen kan vara helt Internetbunden, då bud enbart kan läggas via nätet. Ett exempel på en auktionsrörelse som är verksam i Sverige och använder sig av ett sådant budsystem är det danska auktionshuset Lauritz, som tar emot auktionsgods och förevisar dessa i ett visningsrum under tiden auktionen löper, vilket normalt är under sju dagar. När auktionen har löpt ut kan köparen välja mellan att avhämta objektet själv eller få det skickat till sig. En annan typ av Internetbunden budgivning är den som Kaplans auktioner utövar, där många av försäljningarna klubbas vid en fysisk auktion, där de i förtid lagda Internetbuden fungerar som inropsuppdrag.<sup>45</sup>

## 5.1 Köparen och säljarens bundenhet

I Sverige finns ingen särskild auktionslagstiftning, bortsett från reglerna i Utsökningsbalken om försäljning av utmätt egendom och exekutiv försäljning i konkurs, vilket förekommer i bl.a. Spanien där auktionsförfarandet uttryckligen regleras i Ley de Ordenación del Comercio Minorista.<sup>46</sup> Reglerna kring ett svenskt auktionsförfarande får därför ses i ljuset av allmänna avtalsrättsliga principer. Enligt Adlercreutz utgör auktionen ett säreget förfarande att få till stånd avtal.<sup>47</sup> I detta påstående åsyftas nog främst det traditionella auktionsförfarandet och inte nymodigheten Internetauktioner som i mångt och mycket är ännu mer säregna och komplicerade. Adlercreutz frågar sig vidare hur ett bindande avtal kommer till stånd. Författaren menar här att utrop och inrop är urskiljbara fakta som kan tänkas vara att betrakta som anbud eller accept.<sup>48</sup> Enligt detta resonemang skulle eventuellt Internetauktionens startande respektive avslut kunna betraktas på samma sätt. Vidare resonerar han kring om utropet eller inropet är ett anbud respektive en accept, samt om

<sup>45</sup> [Kaplans auktioner](#): klubbauktioner/realtidsauktioner.

<sup>46</sup> Hansson, S, *En komparativ studie av lagregleringen av auktionsförfarandet i det svenska, spanska och argentinska rättssystemet*, s. 16.

<sup>47</sup> Adlercreutz: *Avtalsrätt I*, s. 91.

<sup>48</sup> *Ibid*, s. 92.

klubbslaget ska ses som en accept eller endast som ett konstaterande av att budgivningen är avslutad. Adlercreutz konstaterar avslutningsvis att det inte finns någon given lösning på dessa frågor utan att omständigheterna i det särskilda fallet ska fälla avgörandet.<sup>49</sup>

Även Grönfors har uttalat sig i frågan om avtalsslutande vid auktionsförfarandet och menar att detta ska vara fristående från avtalslagets anbud och accept-modell i ett mer pragmatiskt perspektiv. Han menar att klubbslaget är ett tecken, som används över hela världen, med avsikt att visa att det auktionerade objektet har funnit sin köpare, vilket jämförs med ett handslag mellan närvarande parter i en förhandling efter att ett avtal slutits.<sup>50</sup> Adlercreutz menar dock att Grönfors synsätt i sak inte borde leda till något annat resultat än analysen utifrån anbud och accept-modellen.<sup>51</sup>

Det finns därför argument som talar för en modell där auktionsutropet, vid Internetauktioner starttiden för annonsen, är att betrakta som ett utbud. Ett utbud betecknas som ett erbjudande om avtalsslut, som inte är ett anbud i teknisk mening och sålunda inte är bindande för angivaren, utan är i fråga om innehåll och adressat mer eller mindre bestämda erbjudanden t.ex. annonser.<sup>52</sup> Auktionsutropet ska alltså endast ses som en uppfordran för presumtiva köpare att avge anbud och inte som ett anbud i sig självt.

I linje med anbud och accept-modellen, där anbudet ska ses som ett erbjudande om slutande av avtal och accepten ska gälla som ett godkännande av anbudet som innebär att bindande avtal kommer till stånd, blir modellen intressant att tillämpa vid en Internetauktion. Säljaren till det auktionerade objektet har eventuellt redan accepterat att sälja varan till ett vid auktionsstart ännu inte förutbestämt pris. Säljaren kan dock i regel reservera sig mot att objektet säljs till ett för lågt belopp, men blir budgivaren bunden direkt vid budtillfället eller först när auktionen klubbas?<sup>53</sup> Fråga ställs alltså om budgivarens respektive utbudarens bundenhet vid ett anbud. Adlercreutz skriver som tidigare nämnts att omständigheterna blir centrala vid bedömandet av auktioner och därför torde auktionsvillkoren bli avgörande i fallet med Internetauktioner på Tradera. I Traderas användarvillkor finner vi de bestämmelser som här kan bli relevanta. I reglerna för Annonsering och försäljning står följande att utläsa:

*"Du är skyldig att avsluta en försäljning av ett föremål som har saluförts på Webbplatsen när ett bud har lämnats och budet överstiger det angivna priset ("Vinnande bud") eller om föremålet har köpts till fast pris."<sup>54</sup>*

Således verkar ett anbud som överstiger det angivna priset vara att betrakta som accepterat så länge ett högre bud inte inkommer. För säljarens räkning

---

<sup>49</sup> Adlercreutz: *Avtalsrätt I*, s. 92.

<sup>50</sup> Grönfors: *Avtalsgrundande rättsfakta*, s. 69.

<sup>51</sup> Adlercreutz: *Avtalsrätt I*, s. 94.

<sup>52</sup> Ibid, s. 69.

<sup>53</sup> Se avsnitt 3.2.1 för mer om reservationspris.

<sup>54</sup> Se Bilaga. Traderas användaravtal, punkt 3, *Annonsering och försäljning*.



är alltså auktionens avslutande ”klubbslag” inte att anse som en accept, utan endast som ett avslutande av budgivningen. Avtalet kommer till stånd genom det högsta budet, och auktionens avslutande konstaterar bara detta. Även Adlercreutz för detta resonemang angående objekt som utropas till ovillkorlig försäljning vid klassiska auktioner.<sup>55</sup>

Frågan om köparens bundenhet återstår dock att utreda. Enligt Avtalslagen (1915:218), fortsättningsvis AvtL, är anbud om slutande av avtal och svar på anbud bindande för den som avgivit anbudet eller svaret.<sup>56</sup> Detta skulle innebära att anbudet blir bindande för avgivaren så snart detta accepterats, vilket i förevarande fall borde ske samtidigt som ett, efter omständigheterna, godtagbart bud inkommer. AvtL är dock dispositiv och tillåter parterna att avtala kring vilka bestämmelser som ska gälla.<sup>57</sup> Vi får därför återkomma till de auktionsregler som stadgas i Traderas användarvillkor. I avsnittet Budgivning och köp står följande:

*”Ett Vinnande bud är bindande för Budgivaren. Ett bindande avtal etableras mellan Säljaren och den Budgivare som efter det att auktionen avslutats har lagt det Vinnande budet (”Köparen”).”<sup>58</sup>*

Detta avtalsvillkor kan ge upphov till en del tolkningsfrågor. Om ett bindande avtal uppkommer mellan säljaren och budgivaren först efter auktionsavslut, vad har då budgivaren för bundenhet av ett bud som placeras innan auktionstiden har avslutats? Begreppet ”Vinnande bud” ska enligt vad som framkommer av användaravtalet enbart tolkas som ett bud som överstiger det angivna priset.<sup>59</sup> Den formulering Tradera här begagnar sig av kan anses tyda på att auktionsslutet fungerar som accept till anbudet. Eftersom Tradera, vilket ska framkomma och utvecklas senare i texten, frånsäger sig inblandning i transaktioner mellan säljare och köpare kan någon bundenhet för budgivaren gentemot företaget inte uppstå. Kan avtalet tolkas så att en budgivare har rätt att dra tillbaka sitt anbud ur budgivningen under tiden auktionen fortfarande löper?

Angående inoparens bundenhet formulerar Adlercreutz teorin att ett anbud bör vara bindande för budgivaren, såvitt inte annat framgår av auktionsvillkoren eller andra omständigheter, under en kort acceptfrist som kan variera allt efter förhållandena.<sup>60</sup> En Internetauktion pågår i regel under en längre tid än en klassisk auktion, som avslutas vid någon typ av sammankomst och genom ett klubbslag, och bör därför ge möjlighet till en längre acceptfrist. Då användarvillkoren samtidigt ger vid handen att säljaren är bunden vid ett vinnande bud bör en eventuell acceptfrist dock inte få någon relevans i frågan.

---

<sup>55</sup> Adlercreutz: *Avtalsrätt I*, s. 93.

<sup>56</sup> AvtL (1915:218), 1 § 1 st.

<sup>57</sup> AvtL (1915:218), 1 § 2 st.

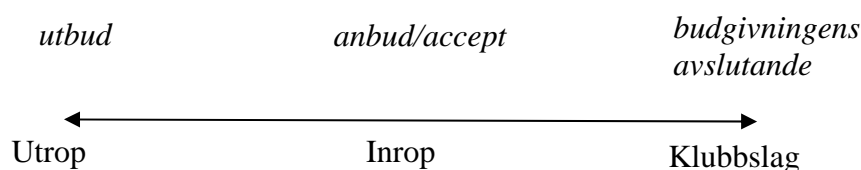
<sup>58</sup> Se Bilaga: Traderas användaravtal, punkt 4, *Budgivning och köp*.

<sup>59</sup> Se Bilaga: Traderas användaravtal, punkt 4, *Budgivning och köp*.

<sup>60</sup> Adlercreutz: *Avtalsrätt I*, s. 92.

Om handelsbruket i auktionsbranschen här tas i beaktande tyder även detta på att budgivaren ska anses bunden av sitt bud utan möjlighet till ångerrätt.<sup>61</sup>

Även om en bokstavlig tolkning av Traderas avtalsvillkor riskerar att skapa oklarhet om hur anbud och accept-modellen ska tillämpas för deras del, så ligger det ändå närmast till hands att det tyder på att AvtL:s modell för avtalsslut ska tillämpas vid Internetauktioner enligt följande:



## 5.2 Köp vid traditionell auktion

När en privatperson handlar en vara som är avsedd huvudsakligen för enskilt bruk av ett traditionellt auktionsföretag är det Konsumentköplagen (1990:932), fortsättningsvis KKL, och dess regelverk som reglerar köprätten. Privatpersonen betecknas i dessa fall som konsument och auktionshuset faller under näringsidkarebegreppet. Följden av denna reglering blir att konsumenten får ett förstärkt rättsligt skydd gentemot näringsidkaren, samt att KKL till skillnad från köplagen innehåller tvingande regler. Lagen stadgar dessutom att avtalsvillkor som i jämförelse med bestämmelserna i lagen är till nackdel för köparen ska vara verkningslösa.<sup>62</sup> KKL innehåller vidare bestämmelser som är speciellt inriktade mot köp som sker vid auktion. Varor som säljs på en auktion, där köparen har möjlighet att personligen närvara vid försäljningen, ska alltid anses vara sålda i "befintligt skick", vilket för säljaren innebär en friskrivning från ansvar för faktiska fel i det sålda godset.<sup>63</sup> Vidare får auktionsköparen inte kräva prisavdrag som motsvarar fel i varan om köpet gäller begagnade varor som sålts vid en auktion där köparen haft möjlighet att personligen närvara vid försäljningen.<sup>64</sup> Det lagen främst strävar efter med dessa bestämmelser är sannolikt att undersökningsplikten ska vara extra tydlig vid auktionering av begagnade varor.<sup>65</sup>

---

<sup>61</sup> Adlercreutz: *Avtalsrätt II*, s. 63.  
<sup>62</sup> Konsumentköplag (1990:932), 3 §, 1 st.  
<sup>63</sup> Ibid, 17 §, 2 st.  
<sup>64</sup> Ibid, 28 §.  
<sup>65</sup> Prop. 1989/90:89.

## 5.3 Köp vid Internetauktion

Vid köp genom Internetauktioner som inte själva hanterar auktionsgodset uppstår två, för konsumenten, nya situationer. Dels situationen där konsumenten handlar en vara av en näringsidkare på distans, och dels situationen där köpet sker mellan två parter när ingen av dessa är näringsidkare.

### 5.3.1 Internetauktion mellan näringsidkare och konsument

Vid köp genom distansavtal på en Internetauktion där säljaren är en näringsidkare kan Distans- och hemförsäljningslagen (2005:59), fortsättningsvis Distansavtalslagen, bli tillämplig istället för KKL. Om lagen ska tillämpas är beroende av frågan huruvida klubbslaget utförs av en dator, eller som lagen formulerar det "(Lagen) gäller inte distansavtal som ingås vid en auktion, om det är möjligt att delta i auktionen även på ett annat sätt än genom att använda ett medel för distanskommunikation".<sup>66</sup> Den främsta effekten distanslagstiftningen får vid Internetauktioner är konsumentens rätt att frånträda avtalet genom sin ångerrätt. I lagens stadgas att konsumenten kan ångra sitt inköp inom 14 dagar enbart genom att meddela detta för näringsidkaren.<sup>67</sup> Denna ångerrätt är kontroversiell i auktionsbranschen där handel i huvudsak sker med begagnade varor och där undersökningsplikten traditionellt har legat hos köparen.<sup>68</sup>

I en artikel publicerad i Antik & Auktion uttalar sig auktionshuset Kaplans vd Michael Kaplan negativt om ångerrätten. Kaplan menar att ångerrätten tillämpas, men att det inom hela nätauktionsbranschen har lett till att allt fler kunder stängs av. Han uttalar sig vidare enligt följande: "*Det finns en köpare med i bilden, men faktiskt även en säljare, som undrar varför han inte får betalt... Jag anser att det är en bristande och ogenomtänkt lagstiftning när det gäller auktionsbranschen.*".<sup>69</sup> I samma artikel uttalar sig auktionshuset Lauritz filialchef Peter Norén kring samma ämne. Norén tycker dock inte att ångerrätten har inneburit några problem för företaget, då ytterst få köpare ångrar sig. Vid ett systematiskt missbruk av ångerrätten skulle köparen stängas av.<sup>70</sup>

I lagens förarbeten förklaras syftet med att ångerrätten ska omfatta även Internetauktionerna. Regeringen konstaterar där att det finns ett klart behov av konsumentskydd vid Internetauktioner. Om lagen skulle undanta auktionsförsäljningar kunde detta riskera att medföra att näringsidkare skulle utforma sin försäljningsverksamhet över Internet i form av auktioner

---

<sup>66</sup> Distans- och hemförsäljningslagen (2005:59), 2 kap., 1 § 4 p.

<sup>67</sup> Ibid, 3 kap., 7 §.

<sup>68</sup> Jmf. konsumentköplagen (1990:932), 3, 17 §§.

<sup>69</sup> Antik & Auktion: Nätauktioner -fynd eller fälla?.

<sup>70</sup> Ibid.

för att kringgå lagens bestämmelser om ångerrätt. Att lagen ska gälla enbart auktioner som avslutas på distans, och inte även sådana som avslutas på plats, är logiskt då det annars skulle leda till en budgivningssituation där vissa auktionsdeltagare alltid har möjlighet att ångra ett ingånget avtal, medan andra auktionsdeltagare skulle sakna denna rätt.<sup>71</sup>

I Antik & Auktions artikel redovisas att några av de svenska auktionsföretagen har försökt kringgå ångerrätten genom att hävda att varorna visas fysiskt i ett visningsrum i likhet med en klassisk auktion.<sup>72</sup> Detta argument är dock verkningslöst då lagstiftningen, vilket har sagt ovan, tar sikte på hur den faktiska budgivningen går till väga, och inte till hur auktionsgodset bjuds ut.

### 5.3.2 Internetauktion mellan två privatpersoner

Vid köp av lös egendom genom distansavtal på en Internetauktion mellan två fysiska personer, som handlar huvudsakligen för ändamål som faller utanför näringsverksamhet, blir Köplagen (1990:931), fortsättningsvis KöpL, tillämplig. Detta faller sig naturligt då ingen av parterna är näringsidkare, men det är samtidigt ett undantag från handelsbruket vid traditionell auktionsverksamhet. Då köparen i dessa fall inte handlar i egenskap av konsument gäller inte konsumentskyddslagarnas regleringar. Rent konkret innebär detta att avtalsfrihet råder.<sup>73</sup>

Således blir de avtalsvillkor som förhandlas fram mellan säljaren, köparen och auktionären gällande. I de fall auktionen handhas genom Tradera finns följande stadgat i användarvillkoren, ”*Vi (Tradera) är inte inblandade i transaktionerna mellan köpare och säljare.*”<sup>74</sup> Detta är som synes en friskrivningsklausul gällande transaktionerna som följer efter auktionsslutet. I användaravtalet utläses vidare att de registrerade medlemmarna har rätt att utbjuda, sälja och köpa allt som är tillåtet enligt lag och till vilket pris som helst. Följaktligen råder avtalsfrihet mellan säljaren och köparen på Tradera.

En annan viktig skillnad mellan KöpL och Konsumentköplagarna är regleringen kring riskens övergång. Vid konsumentköp bär säljaren alltid risken för varan fram till att den överlämnats.<sup>75</sup> Köplagen tillåter emellertid förhandlingar och avtal kring hur ansvaret för risken ska fördelas mellan parterna.<sup>76</sup> Detta markeras även i Traderas användarvillkor där objektsbeskrivningen, såsom den specificerats av säljaren, sägs utgöra försäljningsvillkoren mellan säljaren och köparen.<sup>77</sup> Det står alltså säljaren fritt att förhandla bort ansvaret för varor som förstörs eller försvinner i

<sup>71</sup> Prop. 2004/05:13, s. 85.

<sup>72</sup> Antik & auktion: Netauktioner -fynd eller fälla?.

<sup>73</sup> Köplag (1990:931), 3 §.

<sup>74</sup> Se Bilaga: Traderas användaravtal, punkt 7, *Ansvar*.

<sup>75</sup> Konsumentköplagen (1990:932), 8 §.

<sup>76</sup> Köplag (1990:931), 13 §.

<sup>77</sup> Se Bilaga: Traderas användaravtal, punkt 3, *Annonsering och försäljning*.

postgången. Denna möjlighet står i skarp kontrast till konsumentköpens regleringar, där säljaren alltid är ansvarig under varans transport. Den sk. ”*ångerrätten*” från Distansavtalslagen är en annan viktig rättighet som köparen förlorar trots att köpet sker på distans utan möjlighet att granska godset före avtalsingående.<sup>78</sup>

Skillnader mellan de båda lagrummen återfinns även vad gäller säljarens skadeståndsskyldighet vid kontraktsbrott. Säljaren får enligt KKL ersätta de direkta eller indirekta förluster eller skador som åsamkas köparen, om förlusten eller skadan kan anses falla inom säljarens kontrollansvar.<sup>79</sup> Vid tillämpande av KöpL ersätts bara direkta skador eller förluster, såvida de inte faller inom säljarens culpaansvar då både direkta och indirekta skador eller förluster måste ersättas köparen.<sup>80</sup>

## 5.4 Auktionens roll som mellanman

För att klargöra vad vad Internetauktioner, och särskilt Tradera, har för juridisk position gentemot användarna (säljarna och köparna), kan en utgångspunkt tas i de traditionella auktionsförrättarnas roll.

### 5.4.1 Traditionella auktioner

Vid ett traditionellt auktionsförrättande där en auktionsförrättare i sin yrkesmässiga utövning avyttrar ett objekt för annan persons räkning uppkommer frågan om auktionsförrättaren agerar kommissionär eller som fullmäktig för säljaren. Rättspraxis på området ger att svaret på denna fråga är beroende av huruvida auktionsförrättaren har handlat i eget namn. I ett mål från år 1975 prövar Högsta domstolen bl.a. frågan om ett auktionsbolag handlat i egenskap av kommissionär vid en tavelförsäljning på auktion.<sup>81</sup> Att, ”...*det ter sig naturligt att många auktionsbolag kan anses handla som handels-kommissionärer, då dessa bolags primära verksamhet är just auktioner och säljarna till de utauktionerade objekten regelmässigt är anonyma.*” konstateras vidare i ett hovrättsavgörande från år 1996.<sup>82</sup>

Den tidigare Kommissionslagen (1914:45), fortsättningsvis KommL, från år 1914, innehöll möjligen några oklarheter i hur auktionsavtalen skulle betraktas. Att auktionsbolag ska betraktas som handelskommissionärer och därför omfattas av reglerna i KommL understryks däremot med tydlighet i motiven till den nya Kommissionslag som trädde i kraft i oktober år 2009.<sup>83</sup>

---

<sup>78</sup> Distans- och hemförsäljningslagen (2005:59), 3 kap., 7 §.

<sup>79</sup> Konsumentköplagen (1990:932), 30-31 §§.

<sup>80</sup> Köplag (1990:931), 40 §.

<sup>81</sup> NJA 1975 s. 152.

<sup>82</sup> RH 1996:142.

<sup>83</sup> Kommissionslag (2009:865).

Där benämns de avtal som förekommer inom auktionsverksamhet som typiska och odiskutabla kommissionsavtal.<sup>84</sup>

Lagen ska tillämpas på uppdrag att sälja eller köpa lös egendom som sker för en annan persons räkning men i eget namn<sup>85</sup>. Slutsatsen av detta resonemang blir således att de auktionsavtal som ingås mellan säljaren (kommittenten) och auktionsförrättaren (handels-kommissionären) ska ses som kommissionsavtal.

Värt att notera i samband med införandet av den nya lagen är att avtalsvillkor som i jämförelse med bestämmelserna i lagen är till nackdel för kommittenten, om denne agerar i egenskap av konsument, är utan verkan mot denne.<sup>86</sup> Följaktligen införs ett konsumentskydd även för säljare vid en klassisk auktion, sedan tidigare har ju köpare varit skyddade av lagstiftningen i antingen KKL eller Distansavtalslagen. Motivet till det förbättrade skyddet för konsumenter vid kommissionshandel är enligt lagens förarbete dock främst anpassat för värdepappersmarknaden.

## 5.4.2 Traderas roll

Frågan återstår då hur Internetauktionen Traderas roll vid auktionering kan positioneras juridiskt. Traderas hantering av sin auktionstjänst skiljer sig väsentligt från den som bedrivs av de klassiska auktionshusen, men kan de ändå anses verka som kommissionär vid auktionsförsäljningar?

Det centrala rekvisit som måste uppfyllas för att KommL ska bli tillämplig är i detta fall att auktionären ska ha sålt lös egendom i sitt eget namn. Begreppet handlande i eget namn ska enligt Tiberg inte tolkas alltför bokstavligt utan närmast ses som ett formalkriterium. Som exempel anger han att en handelskommissionär inte kan undgå ansvar gentemot en tredje man endast därför att denne hela tiden varit medveten om att avtalet ingåtts av kommissionären inte för egen räkning utan för en kommittents.<sup>87</sup>

Tradera är tydliga med att de inte vill betraktas som en kommissionär och har formulerat sitt användaravtal kring detta enligt följande:

*”Vi är inte en auktionsförrättare. Även om vi ofta refereras till som en auktionssajt är det viktigt att förstå att vi inte är en auktionsförrättare i traditionell mening. Vi äger inte objekten som saluförs på Webbplatsen och vi är inte inblandade i transaktionerna mellan Köparna och Säljarna.”<sup>88</sup>*

I detta avtalsvillkor samt genom Traderas handhavande, där de inte fysiskt hanterar objekten som säljs och låter säljare och köpare agera med sina egna användaralias, kan nog slutsatsen dras att Tradera inte agerar kommissionär

<sup>84</sup> Prop. 2008/09:88, s. 192.

<sup>85</sup> Kommissionslag (2009:865), 1 §.

<sup>86</sup> Ibid, 2 §.

<sup>87</sup> Tiberg: *Mellanmansrätt*, s. 65 ff.

<sup>88</sup> Se Bilaga: Traderas användaravtal, punkt 7, *Ansvar*.

vid utbudande, försäljning och köp via webbplatsen. Även om företaget inte ägnar sig åt kommissionärsverksamhet bedriver Tradera fortfarande en tjänst som länkar samman köparen och säljaren. Lagen för elektroniska anslagstavlor (1998:112), fortsättningsvis LEA, tillämpas för den som tillhandahåller eller administrerar det som på engelska går under namnet "Bulletin Board System" (BBS) och på svenska översatts till "elektronisk anslagstavla".<sup>89</sup> Om förmedlingen via anslagstavlan är kommersiell används begreppen databastjänst eller on-line-tjänst.<sup>90</sup> Tradera vill, vilket tidigare har framkommit i texten, inte bli betecknade som en auktionsförrättare, utan hävdar att "webbplatsen är ett forum".<sup>91</sup> Med denna formulering i åtanke kan Traderas position vid auktionering främst ses som tillhandahållare av en elektronisk anslagstavla som tillgängliggörs användarna av webbplatsen.

---

<sup>89</sup> Lag (1998:112) om ansvar för elektroniska anslagstavlor, 1, 3 §§.

<sup>90</sup> Prop. 1997/98:15, s. 6.

<sup>91</sup> Se Bilaga: Traderas användaravtal, punkt 7, *Ansvar*.

## 6 Ansvar som tillhandahållare

I ljuset av de europeiska och amerikanska rättsprocesser som bedrivits mot moderbolaget eBay, kan frågan om hur Traderas ansvar för användarnas beteende via webbplatsen ska bedömas enligt svensk jurisdiktion vara angelägen att utreda. Tradera kan, vilket tidigare har klarlagts, ses som tillhandahållare av en elektronisk tjänst. Som sådan verksamhetsutövare är de också skyldiga att beakta de särskilda ansvarsregler som tillkommer en tillhandahållare.

### 6.1 Ansvar som elektronisk anslagstavla

LEA infördes år 1998 med avsikt att reglera den snabba framväxten av IT, som hade gett upphov till nya kommunikationsformer där gränserna mellan olika medier och kommunikationssätt delvis suddats ut. Nu, år 2009, är lagen och dess förarbeten möjligen något daterad med hänsyn till den snabba IT-utveckling som har skett under de drygt tio år som lagen har funnits till. Lagens fundament att den som tillhandahåller en elektronisk anslagstavla i rimlig omfattning ska ha uppsikt över en sådan tjänst, är dock fortfarande aktuellt.

Den information LEA kan bidra med i fallet Tradera är främst frågan om uppsiktsplikten. Lagen stadgar här att tillhandahållaren ska, för att kunna fullgöra sin skyldighet att ta bort lagstridiga meddelanden, ha en sådan uppsikt över tjänsten som krävs med hänsyn till omfattningen och inriktningen av verksamheten. De meddelanden som databastjänsten är skyldiga att ta bort från anslagstavlan är sådana som gäller uppvigling, hets mot folkgrupp, barnpornografibrott, olaga våldsskildring och brott mot upphovsrätten.<sup>92</sup>

#### 6.1.1 Uppsiktskravet

Innebörden av lagens uppsiktsplikt sägs ha en utgångspunkt i att den som tillhandahåller tjänsten inte bör få gå med på eller passivt se på när användare missbrukar tjänsten. Uppsiktsskyldigheten ska vara knuten till faktiska förhållanden och uppsiktskravet ska bedömas i det enskilda fallet. Mer konkret kan sägas att det inte är förenligt med uppsiktsplikten att tjänsten är utan innehållskontroll under en längre tid och att tillhandahållaren därför regelbundet bör gå igenom innehållet i den elektroniska anslagstavlan. Vad som här är ett rimlig tidsintervall avgörs från fall till fall, med hänsyn till hur många som regelmässigt kopplar upp sig mot tjänsten. I normalfallet sägs detta få innebörden att uppsiktskravet sätts högre för tjänster som erbjuds yrkesmässigt då dessa typiskt sett får

<sup>92</sup>

Lag (1998:112) om ansvar för elektroniska anslagstavlor, 4,5 §§.



många besökare. Avsikten med uppsiktskravet är dock inte att tillhandahållaren ska drabbas på ett sådant sätt att yrkesverksamheten i väsentlig mån försvåras.<sup>93</sup>

Brott mot skyldigheten att ta bort eller på annat sätt hindra spridningen av vissa meddelanden är straffbart både när det sker med uppsåt och av oaktsamhet. Straffbarhet inträder även vid oaktsamhet för att förhindra att tillhandahållaren håller sig okunnig om vilka meddelanden som finns i tjänsten. Straffsatsen för brott av normalgraden är böter eller fängelse i högst sex månader, om brottet betraktas som grovt kan fängelse utdömas i högst två år och i de fall där brottsligheten varit ringa ska ansvar inte dömas.<sup>94</sup> Grovt brott kommer i fråga först när förekomsten av illegala meddelanden har haft en mycket stor omfattning eller det är fråga om upprepade förseelser.<sup>95</sup>

I lagmotivet anges att skyldigheten att ta bort lagstridiga meddelanden bör inträda när tillhandahållaren får kännedom om förekomsten av meddelandet. Kännedom om ett meddelande får tillhandahållaren genom att själv läsa meddelandet eller genom att någon gör honom uppmärksam på ett meddelandes förekomst. Lagen tar hänsyn till att antalet meddelanden i den elektroniska anslagstavlan i bland är så stort att det inte är rimligt att kräva att tillhandahållaren aktivt kontrollerar meddelandena. I dessa fall bör det kunna räcka att en möjlighet inrättas för användare att påtala förekomsten av lagstridiga meddelanden och att tillhandahållaren vidtar uppföljande åtgärder omedelbart efter att förekomsten har påtalats, för att straffansvar ska undvikas.<sup>96</sup> Denna möjlighet att uppfylla uppsiktsplikten när antalet meddelanden är oöverblickbart inom ramen för en rimlig arbetsinsats eller arbetskostnad betecknas i lagmotivet som användandet av en sk. ”klagomur”.

Tradera använder sig redan av en form av klagomur som tillåter användarna att rapportera misstänkta auktioner genom en länk i anslutning till auktionsannonsen.<sup>97</sup> Lagmotivet antyder dock att denna form av angiverisystem ska räcka som uppfyllelse av uppsiktsplikten endast i normalfall och om straffbara meddelanden ofta förekommer i en tjänst måste kravet på åtgärder av tillhandahållaren sättas högre och ett större inslag av aktiva åtgärder bör då krävas.<sup>98</sup>

---

<sup>93</sup> Prop. 1997/98:15, s. 15.

<sup>94</sup> Lag (1998:112) om ansvar för elektroniska anslagstavlor, 7 §.

<sup>95</sup> Prop. 1997/98:15, s. 20.

<sup>96</sup> Ibid, s. 20.

<sup>97</sup> Se avsnitt 3.3.1.1 om klagomuren.

<sup>98</sup> Prop. 1997/98:15, s. 20.

## 6.2 Ansvarsfrihet för mellanhänder

E-handelslagen, är en implementering av det sk. e-handelsdirektivet i den svenska lagstiftningen. Direktivet syftar till att undanröja de hinder som särskilt medför problem för elektronisk handel och samtidigt harmonisera bestämmelserna som berör informationshällets tjänster inom EU. E-handelsdirektivet innehåller krav som tjänsteleverantörer av informations-tjänster måste beakta i samband med sin verksamhet, däribland särskilda informationskrav vid tillhandahållandet av tjänsten och regler om fri rörlighet. Den reglering som kan få särskild relevans i detta fall är bestämmelserna om de tjänsteförmedlande mellanhändernas ansvarsfrihet.<sup>99</sup>

Dessa bestämmelser regleras i det ursprungliga e-direktivets artikel 12-15 och har sedan implementerats i e-handelslagen 17-19 §§. Bestämmelserna innebär att mellanhänder som bedriver vissa typer av verksamhet av rent teknisk karaktär, inte ska kunna göras ansvariga för sådan information som de vidarebefordrar eller lagrar. Trots att en gärning enligt allmänna principer eller speciallagstiftning, ex. Lagen om ansvar för elektroniska anslagstavlor, skulle kunna ge upphov till skadestånds- eller straffskyldighet, ska tjänsteleverantören ha ansvarsfrihet om rekvisiten i direktivet är uppfyllda. Ansvarsfrihetsregleringen är således horisontell i den bemärkelsen att den ger frihet från ansvar på alla områden som omfattas av direktivet.

Frihet från ansvar stadgas i e-handelslagen till att omfatta tre typer av tjänster:

1. Ansvarsfrihet för sådan tjänsteleverantör som enbart vidarebefordrar information, sk. mere conduit. Detta gäller främst tjänster som tillhandahåller Internetaccess och tillhandahållare av e-post-möjligheter.
2. Ansvarsfrihet för viss information i samband med överföring av information, sk. cachning. Detta gäller främst Internet-leverantörer som lagrar hela eller delar av populära webbsidor på sina egna servrar under en kortare period.
3. Ansvarsfrihet vid tillhandahållande av lagringsutrymme för information i funktion av värdtjänster. Begreppet värdtjänster motsvarar i allt väsentligt begreppet elektronisk anslagstavla.<sup>100</sup>

Traderas verksamhet är främst av det slaget att det motsvarar punkt tre ovan, tillhandahållandet av lagringsutrymme för information, där Tradera agerar värdtjänst. Fråga uppstår därför om Tradera kan åberopa e-handelslagens ansvarsfrihet för den information användarna lagrar via webbplatsen?

---

<sup>99</sup> Dir. 2000/31/EG

<sup>100</sup> Lindberg och Westman: *Praktisk IT-rätt*, s. 147-150.

Ansvarsfriheten i e-handelslagen sägs enligt förarbetet endast omfatta fall där tjänsteleverantörens verksamhet är begränsad till den tekniska processen att driva och erbjuda tillgång till ett kommunikationsnät där information som görs tillgänglig av tredje part vidarebefordras eller tillfälligt lagras, när detta uteslutande sker i syfte att göra överföringen effektivare.

Verksamheten ska vara av rent teknisk, automatisk och passiv natur, för att ansvarsfriheten ska inträda, vilket innebär att tjänsteleverantören inte får kontrollera eller ha kännedom om informationen. Ansvarsfriheten kan endast åberopas av tillhandahållaren när denne inte på något sätt befattar sig med informationen som vidarebefordras. Informationen får därför inte ändras eller sorteras av tillhandahållaren.<sup>101</sup>

Den delen av ansvarsfriheten som främst rör värdtjänsterna är Artikel 14 i direktivet som blivit § 19 i den svenska lagen. Där stadgas vissa situationer där leverantören inte ska ansvara för innehållet i information som lämnats av en tjänsteanvändare. Förutsättningarna för ansvarsfrihet är att leverantören inte känt till att den olagliga informationen eller verksamheten förekommit (culpa-ansvar), och att leverantören inte varit medveten om fakta eller omständigheter som gjort det uppenbart att olaglig information eller verksamhet förekommit (dolus-ansvar). Vidare stadgar paragrafen att så snart en tjänsteleverantör får reda på ett olagligt förhållande ska denne utan dröjsmål förhindra vidare spridning av informationen.

I det fall tjänsteanvändaren som lämnat informationen handlat under tjänsteleverantörens ledning eller överinseende ska ansvarsfriheten upphöra att gälla för tjänsteleverantören.<sup>102</sup>

Avgörande för om Tradera kan åberopa ansvarsfrihet blir därför huruvida Tradera kan betraktas som en tjänsteleverantör i lagens bemärkelse, samt att Tradera inte varit medveten om olaglig information eller verksamhet och att Tradera i de fall intrångsgörande material kommit till känna avlägsnat detta utan dröjsmål för att förhindra vidare spridning av informationen.

Den första frågan huruvida en Internetauktion, likt Tradera, kan betraktas som en tjänsteleverantör av automatisk och passiv natur, utan kännedom eller kontroll över informationen som sprids, har inte prövats i svensk domstol men praxis finns från andra EU-länders domstolar. I ett franskt domslut från år 2008 ansågs franska eBay inte vara enbart en värdtjänst och omfattades därför inte av den franska lagens implementering av Artikel 14 i e-handelsdirektivet. Detta domslut står i kontrast till ett belgiskt rättsfall från samma år där eBay ansågs skyddas av den belgiska implementeringen av samma artikel.<sup>103</sup> Domstolen tog hänsyn till båda dessa domslut i L'Oréal-fallet men gav inget besked i frågan hur en verksamhetsmodell som den eBay och Tradera använder sig av förhåller sig till bestämmelserna i e-handelsdirektivet. Domstolen gav medhåll till L'Oréals argument att eBay kunde anses ha kontroll över informationen som förmedlades via tjänsten,

---

<sup>101</sup> Prop. 2001/02:150, s. 31.

<sup>102</sup> Lagen (2002:562) om elektronisk handel och andra informationssamhällets tjänster, 19 §, 4 st.

<sup>103</sup> [2009] EWHC 1094 (Ch), L'oréal v eBay, § 441.

bl.a. genom att de kontrollerar hur länge informationen ska visas på webbplatsen. eBay:s verksamhet kan heller inte anses vara av passiv karaktär då företaget aktivt exponerar föremål som finns till försäljning, inte minst genom användandet av sponsrade länkar. Frågan står i dagsläget fortfarande oavgjord i väntan på vägledning från EG-domstolen.<sup>104</sup>

I den händelse Tradera betraktas som enbart en automatisk och passiv tjänsteleverantör måste de fortfarande ha hanterat informationssituationen på ett sådant sätt att grunderna för ansvarsfriheten föreligger. Tradera ska således ha varit omedvetna om att eventuell olaglig information förekommit, eller i den händelse de som tjänsteleverantör fått kännedom om sådan information avlägsnat den utan dröjsmål. Vad detta avlägsnande rekvirit kräver av en tillhandahållare rent konkret ska stå att finna i lagtexten och ingressen till e-handelsdirektivet. Man stadgar här att medlemsstaterna inte får ålägga tjänsteleverantörerna *”en allmän skyldighet att övervaka den information som de överför eller lagrar, och inte heller någon allmän skyldighet att aktivt efterforska fakta eller omständigheter som kan tyda på olaglig verksamhet”*.<sup>105</sup>

I strid mot denna formulering står dock en punkt 48 i ingressen där det anges att medlemsstaterna har rätt ålägga tjänsteleverantörerna att *”visa den omsorg som skäligen kan förväntas av dem, för att upptäcka och förhindra vissa slags olovlig verksamhet”*.

Lindberg och Westman menar att motsägelsefulla beteenden är resultatet av en politisk kompromiss och att arbetet med Direktivet har ”hastats igenom”. Differenserna i artikeln och ingressen riskerar få negativa konsekvenser i en domstol där man så långt som möjligt försöker beakta bägge texterna vid en tolkning, varför rättsläget vad gäller övervakningsskyldigheten måste betraktas som oklart.<sup>106</sup>

---

<sup>104</sup> Mål C-324/09: *Begäran om förhandsavgörande*.

<sup>105</sup> Dir. 2000/31/EG, Art. 15.

<sup>106</sup> Lindberg och Westman: *Praktisk IT-rätt*, s. 153.

# 7 Ansvar enligt varumärkeslagen

Vid de rättsprocesser eBay har varit involverade i gällande försäljning av piratkopierade produkter, har företaget inte bestridit att de berörda auktionsobjekten verkligen legat ute till försäljning. Då auktionering via webbplatsen sker öppet till allmänheten och varje auktion har ett unikt auktionsnummer torde auktionernas existens inte vara en komplicerad fråga att utreda. Det är dock många gånger svårare att utreda att den utauktionerade produkten verkligen varit av intrångsgörande karaktär.

I L'Oréal-målet hade parfym- och kosmetikatillverkaren gjort sammanlagt 250 uppköp av auktionsobjekt med det egna varumärket på brittiska eBay, för att därigenom kunna utreda om produkterna var piratkopierade.<sup>107</sup> Svårigheten att urskilja piratkopierade produkter från äkta vara samt att produkterna ofta distribueras på ett förledande sätt, exempelvis genom att äkta produkter säljs samtidigt som falska, är fakta som har framkommit i bland annat OECD:s rapporter, vilket även har berörts tidigare i texten. Att varumärkesinnehavarens experter fysiskt kan granska föremålet är ofta nödvändigt för att särskilja kopior från originalprodukter, varför denna typ av uppköp är central vid bedömning av godsets karaktär. eBay försökte heller inte motbevisa de expertutlåtanden från L'Oréal som hävdade att auktionsobjekten de facto varit kopierade och därmed intrångsgörande enligt varumärkeslagen.<sup>108</sup>

I det fall piratkopierade produkter, som gör intrång i annans varumärke, bjuds ut eller säljs på Tradera är frågan vem som kan ställas ansvarig för varumärkesintrånget. De parter som är centrala vid en Internetauktionsförsäljning på Tradera är köparen, respektive säljaren av objektet samt Tradera själva i egenskap av tillhandahållare av elektronisk anslagstavla. I detta kapitel redogörs för ansvarsfrågan utifrån perspektivet av samtliga av dessa tre parter, emellertid ligger tyngdpunkten i redogörelsen vid frågan om Traderas eventuella ansvar för brott mot varumärkeslagen.

## 7.1 Köparens ansvar

Som köpare av en piratkopierad vara gör man sig enligt svensk lagstiftning inte skyldig till något brott då varan är avsedd för eget bruk.

Skyddsregleringen i Varumärkeslagen (1960:644), fortsättningsvis VmL, omfattar endast intrång som utförs som en del i näringsverksamhet och undantar därför köp som sker av konsumenter.<sup>109</sup> Det påtryckningsmedel som finns för att stoppa köp av piratkopierade produkter är främst de tullgripanden där intrångsgörande gods stoppas vid gränsen. Även vid

---

<sup>107</sup> [2009] EWHC 1094 (Ch), L'oréal v eBay, § 249.

<sup>108</sup> [2009] EWHC 1094 (Ch), L'oréal v eBay, § 311.

<sup>109</sup> Varumärkeslag (1960:644), 4 §.

dessa beslag tas hänsyn till om godset är avsett för eget- eller kommersiellt bruk.<sup>110</sup> Köp av piratkopierade varor är alltså tillåtet inom rikets gränser såvida handeln är av konsumentkaraktär.

Detta kan jämföras med en uppmärksam lagstiftning i Italien, som förbjuder köp av piratkopierade varor oavsett om köparen handlat i god tro eller inte.<sup>111</sup> Enligt den Europeiska konsumentorganisationen, ECC, kan köp av piratkopior ge upphov till bötesbelopp mellan 500 euro och 10 000 euro.<sup>112</sup> En dansk kvinna fick böter om närmare 100 000 kronor efter att ha köpt ett par falska Diorglasögon av en gatuförsäljare i italienska Ventimiglia, vilket kan fungera som en fingervisning angående böternas höga belopp.

## 7.2 Säljarens ansvar

Avseende säljarens ansvar vid varumärkesintrång blir både EG-förordningen VmF, och den nationella lagstiftningen i VmL tillämpliga. VmF fastställer att gemenskaps-varumärkens rättsverkan endast ska utgå från bestämmelserna i förordningen. I övrigt ska, med undantag för frågor som regleras av VmF, intrång i ett gemenskapsvarumärke regleras enligt nationell rätt om intrång i ett nationellt varumärke.<sup>113</sup>

Både VmF och VmL förbjuder någon annan än innehavaren av ett varukännetecken från att använda varumärket i näringsverksamhet. I VmF nämns dessutom utbudande av varor till försäljning som ett specifikt förbjudet handlande.<sup>114</sup> Frågan är då vad som betraktas som en säljares näringsverksamhet vid försäljningar på Tradera.

EG-domstolen har i flera domar uttalat sig om vad som kan anses utgöra näringsverksamhet i enlighet med lydelsen i VmF. Sedan europeiseringen av den svenska varumärkesrätten strävar domstolarna också efter utvecklingen av en gemensam europeisk standard vid bedömningar.<sup>115</sup> Av domarna framgår att man genom begreppet näringsverksamhet syftar till att separera handlande med vinstintresse från rent privat användning av kännetecken. Det går alltså inte att sätta ett likhetstecken mellan begreppet näringsverksamhet och begreppet näringsidkare, vilket många gånger är möjligt i annan lagstiftning. Om användningen har ett samband med en affärsverksamhet som syftar till att ge ekonomisk vinst, anses den ske ”i näringsverksamhet”. En säljare av piratkopierade varor på Tradera uppfyller således kravet om näringsverksamhet per automatik. Denna låga tröskel för

---

<sup>110</sup> Se Avsnitt 2.2.1 om tullens arbete.

<sup>111</sup> Konsument Europa ECC, *Höga böter för köpa av piratkopia i Italien*.

<sup>112</sup> SvD 2 Juli 2008, *Piratkopia kan stå dig dyrt*.

<sup>113</sup> Rådets förordning (EG), nr 40/94, om gemenskapsvarumärken, art 14.1, 97.2.

<sup>114</sup> Rådets förordning (EG), nr 40/94, om gemenskapsvarumärken, art 9, p. 2

b.

<sup>115</sup> Levin: *Lärobok i Immaterialrätt*, s. 406.

vad som kan betraktas som näringsverksamhet är i sig intressant, då tolkningen står i kontrast mot KKL:s förutsättning att en näringsidkare ska bedriva verksamhet av yrkesmässig karaktär.<sup>116</sup>

## 7.3 Traderas ansvar

Ansvar enligt VmL kan gälla på flera olika grunder för Tradera. Nedan följer en studie där Tradera prövas som huvudansvarig, dvs. som gärningsman, följt av en granskning av Traderas eventuella ansvar såsom medfrämjare.

### 7.3.1 Ansvar som gärningsman

För att tillhandahållaren av en BBS ska kunna dömas som gärningsman krävs att denne uppfyller brottsrekvisiten för brottet. I VmL stadgas att den som uppsåtligen eller av grov oaktsamhet gör intrång i rätten till ett varukännetecken ska kunna dömas till böter eller fängelse.<sup>117</sup>

Uppsåtsrekvisiten kring rätten till ersättning då någon gjort varumärkesintrång går ytterligare något vidare och omfattar även den som begått handlingen utan uppsåt eller oaktsamhet.<sup>118</sup> För att utreda var detta skulle ställa Tradera avseende ansvar som gärningsman för varumärkesbrott som begås på webbplatsen, kan domstolspraxis studeras.

I det sk. BBS-målet prövade Högsta domstolen, fortsättningsvis HD, vilket ansvar systemoperatören har för att upphovsrättsligt skyddade datorprogram, vilka laddats upp av användarna, finns tillgängliga i operatörens elektroniska anslagstavla. HD konstaterade då att ansvar för tillgängliggörandet kräver någon form av aktivt handlande. Domstolen finner att enbart tillhandahållandet av en BBS, med ett egentligt syfte att denna skulle fungera som en elektronisk brevlåda och som en lagringsplats för program som får spridas fritt, inte utgjorde en sådan aktiv handling som kunde leda till straffrättsligt ansvar för upphovsrättsintrång. Åtalet ogillades således av HD och den tilltalade frikändes för brott mot upphovsrättslagen. Frågan om medverkande till upphovsrättsbrott prövades inte i målet.<sup>119</sup>

Prejudikat från BBS-målet är visserligen inriktat på brott mot upphovsrätten, men det resonemang som förs i målet kan dock vara relevant även vid varumärkesintrång, då rättsfallet berör ansvar för tillhandahållare av elektroniska anslagstavlor. Det är även viktigt att notera att detta domslut härstammar från en tidpunkt innan år 1998 då LEA trädde i kraft, samt att

---

<sup>116</sup> Jmf. Prop. 1989/90:89 s. 59.

<sup>117</sup> Varumärkeslag (1960:644), 37 §.

<sup>118</sup> Ibid, 38 §.

<sup>119</sup> NJA 1996 s. 79.

målet i doktrinen setts som svårtolkad och att det därför är osäkert vilken vikt den kan tillmätas när det gäller andra typer av brott.<sup>120</sup>

Det framgår dock klart att ansvar för tillgängliggörande kan komma i fråga om systemoperatören genom en aktiv handling, t.ex. genom en omadressering, gör så att programmet når en större publik än tidigare. En tilltalad ansågs ha handlat aktivt då han bl.a. genom att sortera inkommande program till olika arenor bidragit till att kommersiella program tillgängliggjorts allmänheten.<sup>121</sup> Angående om tillgängliggörandet har skett uppsåtligt eller av oaktsamhet menar Lindberg och Westman att syftet med tjänsten där är en avgörande faktor. Om själva syftet med tillhandahållandet av en förmedlingstjänst är att sprida upphovsrättsligt skyddat material borde detta vara en tillräcklig grund för ansvar för operatören. I de fall tillhandahållaren bedriver en förmedlingstjänst med legitimt syfte, borde dock operatörens underlåtenhet att förhindra användarnas spridning av skyddat material inte kunna medföra straffansvar.

### 7.3.2 Ansvar som medfrämjare till brott

För att någon ska kunna dömas för medverkan till ett visst brott förutsätts att en straffbelagd gärning begåtts i form av ett huvudbrott. Även om gärningsmannen själv inte kan straffas, exempelvis för bristande uppsåt, utesluter detta inte ansvar för den medverkande. Det är tillräckligt att själva huvudbrottet objektivt sett har blivit förverkligat för att medfrämjaren ska kunna hållas ansvarig. För VmL gäller att man kan ställas till svars för försök, förberedelse och medverkan till brott.<sup>122</sup> Reglerna för medverkan till varumärkesintrång återfinns i 23 kap. BrB. Där stadgas att ansvar för brottslig gärning ska ådömas inte bara den som utfört gärningen utan även den som främjat med råd eller dåd, ansvar för medverkan ska kunna tillämpas på alla brott för vilka fängelse är föreskrivet och varje medverkande ska bedömas efter det uppsåt eller den oaktsamhet som ligger honom till last.<sup>123</sup> Eftersom den högsta straffsatsen för brott enligt VmL är fängelse i två år, är det således möjligt att döma någon för medhjälp till varumärkesintrång om detta skett uppsåtligt eller av oaktsamhet.<sup>124</sup> Följdfrågan är då vad som krävs för att någon ska ha ansvar som medhjälpare.

I det sk. Pirate Bay-målet prövade tingsrätten vilket medverkandeansvar systemoperatören har för att upphovsrättslig skyddade verk, som laddats upp av användarna, funnits tillgängliga i en sk. Torrenttracker. Tingsrätten konstaterade att genom att tillhandahålla en webbplats med välutvecklade sökfunktioner, enkla uppladdnings- och lagringsmöjligheter samt genom att förmedla kontakter mellan enskilda fildelare genom den till sajten knutna

<sup>120</sup> Lindberg och Westman, Praktisk IT-rätt, s. 139.

<sup>121</sup> Göta Hovrätt, 1998-04-29, dom B 1924/95.

<sup>122</sup> Maunsbach och Wennersten, Grundläggande immaterialrätt, s. 198.

<sup>123</sup> BrB 23 kap. 4 §.

<sup>124</sup> Varumärkeslag (1960:644), 37 §.



trackern hade operatören underlättat och således objektivet medverkat till och främjat brott. De åtalade hade haft kännedom om att upphovsrättsligt skyddade verk legat ute för nedladdning genom trackern, men valt att inte vidta några åtgärder för att stoppa upphovsrättsintrången.

Tingsrätten bedömde därför att de åtalade, i kraft av sina positioner som innebar möjlighet att stoppa spridningen, uppsåtligen medverkat till de enskilda användarnas brott mot upphovsrättslagen.<sup>125</sup>

Tradera bedrivs med ett legalt syfte, naturligtvis att föra en auktionsverksamhet på Internet, och det framstår som mycket sannolikt att Tradera inte har som uppsåt att bedriva verksamheten på ett sådant sätt att auktionerna medvetet gör intrång i annans varumärkesrätt. Den följande diskussionen avseende Traders ansvar för medverkan till brott kommer därför att fokusera kring Traders eventuella oaktsamhet vid auktionsverksamheten.

För att dömas för medverkan till ett brott krävs, vilket tidigare har framgått i texten, att medhjälparen har främjat gärningen med råd eller dåd. Det ställs således ett aktivitetskrav som medfrämjaren måste uppfylla. Vid annan brottslighet än just brott mot varumärkesrätten har många gånger kravet på aktivitet ställts relativt lågt. Vilket tidigare har klarlagts i texten krävs det grov oaktsamhet från förövaren för att denne ska kunna dömas för varumärkesintrång. Då detta är den högre graden av oaktsamhet, får det innebörden att medhjälparen i princip ska inse att han främjar ett varumärkesintrång för att kunna dömas för brottet. Medhjälparen ska vidare ha förhållit sig grovt oaktsam i förhållande till varumärkesintrång som betraktas som huvudbrottet.

Det finns mycket som talar för att medverkandeansvar aktualiseras främst för den som tillhandahåller en tjänst som huvudsakligen är inrättad för ett brottsligt ändamål.<sup>126</sup> Lindberg och Westman menar att den som driver en förmedlingstjänst i legitimt syfte endast kan uppfylla aktivitetskravet genom att främja gärningen genom exempelvis råd eller instruktioner var ett visst material återfinns i databasen. Enbart tillhandahållandet av själva utrustningen, dvs. tillhandahållandet av tjänsten, är inte tillräckligt för att medverkandeansvaret ska inträda. Det är således endast i undantagsfall en skyldighet att avvärja användarnas missbruk existerar i branschen.

## 7.4 Tradera och sponsrade länkar

Länkning till brottsligt material på Internet kan enligt svensk lag ses som ett brottsligt tillgängliggörande under vissa omständigheter. Denna fråga har dock hittills i huvudsak handlat om länkning till material med barnpornografiskt innehåll eller till upphovsrättsligt skyddat material. Frågan prövades t.ex. i det sk. mp3-målet, där länkning till mp3-filer med

<sup>125</sup>

Stockholms tingsrätt, 2009-04-17, Mål nr B 13301-06.

<sup>126</sup>

Lindberg och Westman, Praktisk IT-rätt, s. 140.

ljudupptagningar som omfattades av ensamrätt enligt upphovsrättslagen ansågs vara ett tillgängliggörande för allmänheten i upphovsrättslagens mening. För barnpornografibrott har lagrummet i kap. 16 § 10a Brottsbalken (1962:700), fortsättningsvis BrB, fått en synnerligen vid omfattning, där alla tänkbara förfaranden genom vilket ett bildinnehåll kan förmedlas eller tillgängliggöras är förbjudna.<sup>127</sup>

De två huvudkraven som ställs för att medverkandeansvaret för den som länkar ska kunna inträda är att materialet som nås via länken är brottsligt eller intrångsgörande, samt att länkningen tillgängliggör materialet och därmed medverkar till dess spridning. Att länka till en webbsida där det bedrivs koppleriverksamhet kan därför i vissa situationer ses som medhjälp till koppleri och följaktligen bör länkning till material som gör intrång i tredje mans varumärkesrätt kunna ses som medhjälp till varumärkesintrång. Medverkandeansvaret inträder dock bara under tiden huvudbrottet är pågående eftersom man inte kan främja en gärning som redan är avslutad.<sup>128</sup>

Tradera är i sitt användaravtal noga med att frånskriva sig ansvaret för transaktionerna mellan användarna och understryker att webbplatsen aldrig granskar auktioner som införts av medlemmarna. Vilket tidigare framgått i texten är enbart ett tillhandahållande av en elektronisk anslagstavla antagligen inte tillräckligt för att medverkandeansvar till vaumärkesintrång ska inträda. För att uppnå medverkandeansvar tycks det krävas ett aktivt handlande av tillhandahållaren av tjänsten. Som aktivt handlande har bl.a. sorterande av material vilket bidragit till att skyddat materialet tillgängliggjorts allmänheten räknats.<sup>129</sup> Tradera använder sig flitigt av sponsrade länkar, sk. AdWords, som en form av marknadsföring på nätet. Här kan nämnas att denna marknadsföring under år 2007 blev kontroversiell för Tradera. Anledningen till detta var att företaget som skötte Traderas AdWords-annonsering vid tidpunkten, i sin tur hade anlitat ett London-baserat företag som utan någon kunskap om det svenska språket hade satts att köpa upp sökord för Traderas räkning. Effekten blev att somliga av nyckelorden kunde bli direkt olämpliga för den svenska marknaden och att man under en period kunde hitta sponsrade länkar som ledde vidare till Tradera med ämnesrubriker som t.ex. Kärnvapenkrig och Statsminister, med uppmaning om att dessa kunde köpas på Tradera. Detta skapade en del uppmärksamhet i media och ledde i slutändan till att Tradera bröt samarbetet med företaget som satts att sköta annonseringen.<sup>130</sup> Tradera har som synes haft en del problem med innehållet i de sponsrade länkarna, och genom dessa uppstår risken att länkningen kan leda till auktioner i Traderas regi som innehåller objekt som strider mot varumärkesrätten, exempelvis genom att föremålet som ligger till försäljning i auktionen är piratkopierat. Frågan är därför om användandet av sponsrade länkar som leder till intrångsgörande material kan ses som ett sådant aktivt handlande från Traderas sida som är tillräckligt för att medverkandeansvar ska inträda.

<sup>127</sup> Lindberg och Westman, Praktisk IT-rätt, s. 113.

<sup>128</sup> Lindberg och Westman, Praktisk IT-rätt, s. 141.

<sup>129</sup> Göta Hovrätt, 1998-04-29, dom B 1924/95.

<sup>130</sup> Internetworld: *Tradera i sökordsskandal*.

Frågan berördes av brittisk domstol i L'Oréal-fallet. Prövningen utgick här från fem rekvisit som finns i VMD Artikel 5, som behandlar rättigheterna som är knutna till ett varumärke. Dessa rekvisit är följande:

1. Har varukännetecknets använts?
2. Om så är fallet, har varukännetecknet använts i relation till intrångsgörande objekt?
3. Om så är fallet, har det använts i näringssyfte?
4. Om så är fallet, har det använts i Storbritannien?
5. Om så fallet, är användandet intrångsgörande handlande?

I domen konstaterades följande i relation till de fem rekvisiten:

1. L'Oréal hävdade att eBays användande av sponsrade länkar helt kunde liknas vid marknadsföring som publiceras i en tidning eller visas på tv. Domstolen konstaterade vidare att de sponsrade länkarna innehållit kännetecknen som varit identiska med varumärkets. Rekvisitet "använts" ansågs av domstolen ha blivit uppfyllt, dock gick frågan inte att betrakta som *acte clair*, dvs. regeln ska ses som oklar.
2. Domstolen kritiserade här L'Oréals analogi där sponsrade länkar jämförs med andra typer av marknadsföring. Frågan huruvida reklam i sig ska anses intrångsgörande är beroende av om den relaterar till föremål som kan identifieras som piratkopior. När reklamen relaterar till produkter av ett visst slag, där enbart vissa av dessa produkter är piratkopior och det inte heller står uppenbart att så är fallet, anser rätten inte att själva annonseringen i sig ska ses som intrångsgörande. Frågan är dock oklar och i behov av förhandsavgörande av EG-domstolen.
3. Det var ostridigt mellan parterna att eBay skulle ha använt sig av sponsrade länkar i näringssyfte.
4. Fokus ställdes här på att eBay använder sig av regionala webbplatser och användande som skett via brittiska eBay tydligt riktat sig till konsumenter i Storbritannien, följaktligen var det fjärde rekvisitet uppfyllt.
5. Detta rekvisit förblev outrett och parternas yrkanden kom till stor del att handla om gods som var placerat utanför EES-marknaden och därför inte placerat på marknaden. Domstolen konstaterade att frågan var i behov av vägledning från EG-domstolen.

Tolkningsfrågan berörs av den begäran om förhandsavgörande som High Court of Justice har ställt till EG-domstolen och väntar för närvarande på att avgöras där.<sup>131</sup>

---

<sup>131</sup>

Se Avsnitt 4.3.3.

# 8 Slutsatser

I detta avsnitt avser jag besvara min övergripande frågeställningar efter den ordning och uppdelning jag gjort i avsnitt 1.2.

## 8.1 Frågeställning 1

*I vilken mån förekommer problemet på Internetauktioner i Traderas regi?*

Att påvisa att problemet existerar har varit en grundläggande förutsättning för denna framställning. Piratkopieringsindustrins karaktär leder till att denna fråga inte är helt enkel att besvara. I de studier jag använt mig av konstateras att det är omöjligt att skapa en sammantagen bild av industrins påverkan pga. aktörernas dolda karaktär, bristande kvantitativa data samt svårigheten att urskilja kopierade produkter från äkta varor. Det är dock klarlagt att piratkopiering är ett djupt rotat problem som fortsätter att växa i omfattning. Statistiken är inte helt entydig avseende problemets omfattning och siffrorna pendlar någonstans mellan 200 och 600 miljarder amerikanska dollar för handeln med piratkopierade produkter på ett globalt plan. Beloppets ofantliga storlek tydliggörs kanske bäst genom påpekandet att 200 miljarder dollar motsvarar ett belopp som är större än bruttonationalprodukten hos 150 av världens länder.

Internets utbredning och e-handelns utvecklande har inneburit en ny och mycket effektiv distributionskanal för handlare av piratkopierade produkter. Den flexibla e-handeln har stor omfattning och räckvidd och ger dessutom distributörer möjligheten att agera under anonyma förhållanden. Internetauktioner har därför visat sig vara en attraktiv e-handelsform för handel med piratkopierade varor. För närvarande finns ingen kvantitativ analys utförd över förekomsten av piratkopierade produkter på Internetauktioner. Att utföra en sådan analys skulle dessutom vara mycket komplext, framförallt pga. svårigheter att urskilja originalprodukter från förfalskningar. Klart står dock att Traderas moderbolag eBay aktivt samarbetar med varumärkesinnehavare genom det sk. VeRO-programmet, för att stoppa förekomsten av piratkopior på deras webbplatser. Det har vidare varit ostridigt i de rättsprocesser som eBay varit involverade i, som berört förekomsten av piratkopierade produkter, att auktionsobjekten verkligen varit förfalskningar.

Traderas auktioner bör därför inte vara förskonade från piratkopierade produkter. Det är, på tidigare nämnda grunder, inte möjligt att bedöma vilken omfattning problemet har, men det går i alla fall att konstatera att det faktiskt existerar.

## 8.2 Frågeställning 2

### *Vilken roll har Tradera vid auktionering?*

Med utgångspunkt i de traditionella auktionernas roll har jag avsett fastställa Internetauktionernas position som mellanman vid auktionering. Internetauktioners verksamhet skiljer sig från de traditionella auktionernas på flera punkter. Tradera går så långt som att påstå att företaget överhuvudtaget inte är en auktionsförrättare, även om verksamheten ofta refereras till så som en auktionssajt. De traditionella auktionshusen agerar som handelskommissionärer gentemot säljare, varför KommL blir tillämplig vid detta rättsförhållande. Köparen agerar i de flesta fall som konsument och följaktligen blir reglerna i KKL alternativt Distansavtalslagen de som ska följas vid traditionella auktionsköp.

Då parterna (säljaren och köparen) agerar självständigt till varandra vid handel på Tradera, utan kommissionärs inblandning, och merparten av avtalen ingås om civilt köp gäller i regel KöpL bestämmelser. Undantaget är de fall där säljaren är verksam som näringsidkare, då istället Distansavtalslagen blir tillämplig för handeln. Traderas roll som auktionsförrättare avviker från den traditionella kommissionärsrollen på ett sådant sätt att de istället ska betraktas som tillhandahållare av en elektronisk anslagstavla. Som sådan tillhandahållare blir Tradera bundna av exempelvis LEA och e-handelslagen, vilket är helt andra regler än de som gäller för traditionella kommissionärsauktionshusen.

## 8.3 Frågeställning 3

### *Vilket ansvar har Tradera för de objekt som auktioneras via webbplatsen?*

Frågan om Traderas ansvar vid försäljning av intrångsgörande varor genom deras webbplats har i framställningen fördelats upp inom två områden, dels ansvaret som tillhandahållare av en elektronisk anslagstavla enligt LEA och dels ansvaret för varumärkesintrång enligt VmL.

Det ställs krav på en tillhandahållare av en elektronisk anslagstavla att denne ska ha en sådan uppsikt över tjänsten att den hålls ren från meddelanden av brottslig karaktär. Lagstiftningen som sådan är av äldre datum, särskilt med tanke på den snabba utveckling som sker inom informationsteknologin. För en varumärkesinnehavare, som avser inleda en process mot en tillhandahållare, är LEA dessutom oattraktiv som medel då lagen inte innehåller någon möjlighet till ersättning för den drabbade, utan endast påföljder i form av böter eller fängelse. För en varumärkesinnehavare, som enbart är intresserad av att så snart som möjligt förhindra att intrånget fortsätter samt att kompenseras för skadan, är LEA därför ointressant. Detta påstående styrks av det faktum att rättighetsinnehavarna i det sk. Piratebay-målet inte yrkade på något ansvar för tillhandahållarna

enligt denna lagstiftning. Lagen är dock intressant för denna framställning så till vida att dess förarbeten innehåller en del viktiga punkter angående hur uppsiktsplikten ska betraktas.

Varumärkesrätten är intressantare ur en processrättslig synvinkel, då VmL innehåller möjlighet för varumärkesinnehavaren att kompenseras för den åsamkade skadan. Detta är antagligen också det främsta skälet till att varumärkesintrång varit den centrala frågan i de rättsprocesser som involverat eBay. Med grund i rättspraxis från dessa mål samt i det faktum att Tradera som Internetauktion inte aktivt påverkar innehållet i de auktionsannonser som sprids via tjänsten, framstår det inte som troligt att Tradera kan anses ha det huvudsakliga ansvaret, dvs gärningsmannaskapet. Detta ansvar måste falla på säljaren av det intrångsgörande godset och denne ska följaktligen betraktas som gärningsman.

För Traderas ansvar som medfrämjare till varumärkesintrång är avgörande huruvida företaget har skött sin uppsiktsplikt på ett korrekt sätt. Vid en sådan bedömning bör utgångspunkten vara att Tradera som tillhandahållare bedriver en legitim verksamhet, vilket kan jämföras med Piratebay som främst ansågs bedriva en illegal verksamhet. Om uppsiktsplikten kan vidare sägas att lagstiftarnas mening tycks gå isär i denna fråga. Enligt LEA ska en välskött klagomur, likt den Tradera använder sig av, vara tillräckligt för att uppsiktskravet ska anses uppfyllt i normalfallet. I särskilt svåra fall, där straffbara meddelanden förekommer i högre utsträckning, ställs kravet på aktiva åtgärder av tillhandahållaren högre. Det är därför mycket möjligt att Traderas åtgärder i en domstol inte skulle anses som tillräckliga. Uppsiktsplikten är vidare mycket oklart reglerad i e-handelslagen, där lagstiftaren motsäger sig själv i frågan vilket ansvar en tillhandahållare ska anses ha för materialet som sprids via tjänsten. Denna fråga är dock under utredande av EG-domstolen, som förhoppningsvis kan sprida ljus över frågan i vilken utsträckning en Internetauktion kan ha ansvarsfrihet enligt e-handelslagen.

Även frågan om Traderas användande av sponsrade länkar kan vara ett sådant aktivt handlande, som riskerar leda till medfrämjande till varumärkesintrång, är under utredande. Klart är i alla fall att inaktivitet i samband med auktionsannonserna är en förutsättning för att företaget ska ha ansvarsfrihet, samtidigt som krav på aktivitet för att motverka spridandet av intrångsgörande material ställs.

## 9 Avslutande diskussion

I min undersökning kring Internetauktionernas verksamheter har jag ofta funnit att ansvarsfrågan är en svår fråga att förhålla sig till, där väletablerade rättsregler appliceras på ett nytt scenario som de inte är anpassade för. Det är lätt att känna sympati för de varumärkesinnehavare som anser att Internetauktionerna bör ha ett ansvar för karaktären på de föremål som säljs genom en tjänst i deras regi. Att dagligen hålla uppsikt över en auktionstjänst som eBay är både tidskrävande och kostsamt för en varumärkesinnehavare då det för rättighetsinnehavaren kan röra sig om hundratusentals objekt som måste bevakas. Uppsiktsplikten är dock nödvändigtvis inte lättare att utföra för tillhandahållaren eBay, då deras affärsmodell är uppbyggd kring principen att säljaren själv på ett enkelt sätt ska kunna lägga upp en auktionsannons som inte behöver godkännas i förväg av eBay utan listas direkt på webbplatsen. Huvudprincipen enligt svensk lagstiftning tycks vara att så länge en elektronisk anslagstavla agerar passivt i samband med informationshanteringen är kravet på uppsikt av begränsad omfattning. När tillhandahållaren av en Internetauktionstjänst fungerar som just en anslagstavla som publicerar, från deras sida, sorterat material, räcker antagligen upprättandet av en sk. klagomur, där lagstridigt material kan anmälas för att uppsiktskravet ska anses uppfyllt. Klagomursfunktionen måste dock skötas på ett sådant sätt av tillhandahållaren att lagstridigt material plockas bort från webbplatsen efter att det anmälts.

Här uppstår genast ett problem vad det gäller piratkopierade produkter, då dessa många gånger är omöjliga att skilja från originalprodukter baserat på den begränsade mängd information en auktionsannons ger. eBay hävdar att det ligger i varumärkesinnehavarnas intresse att begränsa begagnatmarknaden så mycket som möjligt och att bevisbördan för vilka produkter som är förfalskningar bör ligga hos rättighetsinnehavaren. När lyxproduktföretaget LVMH hävdar att 90 procent av de produkter med företagets varumärke som säljs på eBay skulle vara piratkopierade, är detta naturligtvis också en mycket subjektiv bedömning. eBays klagomurssystem för varumärkesinnehavare, kallat VeRO, har varit mycket omstritt i de processer som drivits mot Internetauktionen, då rättighetsinnehavare hävdar att anmält material inte alltid avlägsnats från webbplatsen. Frågan är som synes mycket känslig och komplicerad och huruvida Tradera genom sin klagomursfunktion uppfyller uppsiktsplikten har jag inte för avsikt att uttala mig om. Vad som kan sägas är att det bör ligga i Traderas intresse att sköta denna funktion väl samt sträva efter att ha en god uppsikt över materialet på webbplatsen. Genom Tradera bedrivs visserligen färre auktioner än genom Internetauktionens europeiska motsvarigheter.

Trots detta ligger i snitt närmare en miljon objekt ute till försäljning på Tradera varje dag. Bland dessa objekt döljer sig utan tvekan en ansevärd mängd med piratkopierade produkter. För en varumärkesinnehavare finns



motiv för att stoppa dessa försäljningar för att undvika urvattning av varumärket samt negativa effekter på den övriga försäljningen. Även för Tradera bör det finnas incitament till att vilja stoppa försäljningen av piratkopierade produkter genom tjänsten. Företaget löper ständigt en risk att bli stämt av en varumärkesinnehavare så länge en sådan försäljning pågår. Även Traderas egna varumärke kan beaktas i detta resonemang, då organisationen bör vilja uppfattas som en legal verksamhet. Det bör inte heller underskattas att Traderas användare vill se webbplatsen fri från piratkopierade produkter. En stor del av Traderas kundkrets är samlare som inte vill handla genom en oseriös tjänst där förfalskningar förekommer.

# Bilaga

## 9.1 Traderas användaravtal

*(För uppsatsen relevanta artiklar från Traderas användaravtal)*

### 3. ANNONSERING OCH FÖRSÄLJNING

En Medlem som erbjuder sig att sälja varor ("Säljaren") måste ange föremålen i enlighet med instruktioner på Webbplatsen och därvid uppge korrekt och tillräcklig information om föremålet och villkor för försäljningen ("Objektsbeskrivning") utan att utelämna sådan information som kan påverka värdet på det utbudna föremålet. Genom att lista ett föremål försäkras Medlemmen att han/hon har rätt att sälja föremålet. För att kunna tillhandahålla en effektiv Tjänst kan vi begränsa det antal auktioner på Webbplatsen som Du tillåts ha aktiva samt även i övrigt begränsa Dina aktiviteter på Webbplatsen.

Du kan sälja alla slags personliga ägodelar på Webbplatsen under förutsättning att inga särskilda tillstånd krävs, samt att eventuella krav beträffande köp och försäljning tillgodoses, exempelvis får försäljning av finansiella instrument inte förekomma. Du tillåts inte sälja varor som är olagliga, strider mot god sed, är kränkande eller som på annat sätt kan uppfattas som otillbörliga. Du är skyldig att försäkra Dig om att en vara inte är olaglig att sälja, och att auktion av föremålet tillåts av Tjänsten genom att kontrollera innehållet på sidan [Förbjudet](#) som ingår i dessa Villkor. Du måste också försäkra Dig om att det är lagligt att sälja och exportera föremålet till en person som är bosatt i köparens jurisdiktion.

Du är skyldig att avsluta en försäljning av ett föremål som har saluförts på Webbplatsen när ett bud har lämnats och budet överstiger det angivna priset ("Vinnande bud") eller om föremålet har köpts till fast pris.

Du är skyldig att noga kontrollera all information om det saluförda föremålet, och omedelbart vid upptäckten av felaktig information göra ett tillägg till Objektsbeskrivningen eller om möjligt korrigera den felaktiga informationen genom att annullera auktionen och lista föremålet på nytt. En Medlem som har lagt ett bud ("Budgivaren") är inte bunden till ett föregående bud när ett tillägg till en Objektsbeskrivning har gjorts om tillägget medför en försämring för Budgivaren. Medlemmar är då berättigade att återkalla lämnade bud.

Objektsbeskrivningen, såsom den specificerats av Säljaren, utgör försäljningsvillkoren mellan Säljaren och Köparen. Länkning eller hänvisning till andra villkor är inte tillåtet. Frakt- och speditionsvillkor måste inkluderas i beskrivningen av varan. Försäljningsvillkoren i Objektsbeskrivningen av varan som specificerats av Säljaren är underkastade dessa Villkor och tillämplig lagstiftning, och Säljaren är skyldig att tillse att försäljningsvillkoren inte strider mot Villkoren eller tillämplig lagstiftning.

Medlemmar accepterar att inte aktivt stödja eller sprida information om konkurrerande tjänster. Vi förbehåller oss rätten att avgöra vad som avses med konkurrerande tjänster.

Vi har rätt att marknadsföra ett föremål som auktionerats på Webbplatsen på annat sätt än vad som angivits av Säljaren då föremålet registrerades. Vi har också rätt att flytta, avsluta eller förlänga en auktion på grund av tekniska omständigheter inom eller utanför vår kontroll. Vi har rätt att avsluta en auktion om en Medlem har registrerat ett föremål som strider, eller kan uppfattas som stridande, mot dessa Villkor eller mot lag. Auktionen kommer i dessa fall markeras som otillåten. Säljaren är i sådant fall fortfarande skyldig att betala eventuella kostnader i samband med registreringen.

#### **4. BUDGIVNING OCH KÖP**

Du har möjlighet att delta i varje pågående budgivning om Du uppfyller de krav som Säljaren angivit på Webbplatsen. En Medlem är emellertid inte berättigad att själv eller genom någon utomstående lägga bud på sitt eget föremål. Medlemmar av samma familj och Medlemmar som har nära relationer har inte rätt att lägga bud på varandras föremål.

Budgivare har rätt att lägga bud som minst motsvarar den summa som angivits i auktionen, eller lägga ett bud som motsvarar det högsta belopp som Budgivaren är villig att betala för föremålet ("Högsta Bud"). När en Budgivare använder sig av möjligheten att lägga ett Högsta Bud, kommer Tjänsten automatiskt att starta en budbetjänt som bjuder, så förmånligt som möjligt, för Budgivarens räkning upp till det Högsta Budet. Det vinnande budet kan därför bli lägre än det angivna Högsta Budet. Om en auktion slutar med två lika höga bud är det Vinnande budet det bud som först registrerades på Webbplatsen. Om en Budgivare lägger ett bud som är lägre än reservationspris kommer Tjänsten automatiskt att starta budbetjänten, med alias "ej vinnande bud", som kommer att bjuda upp till reservationspris eller till Högsta Bud, vilket som kommer först.

Ett Vinnande bud är bindande för Budgivaren. Ett bindande avtal etableras mellan Säljaren och den Budgivare som efter det att auktionen avslutats har lagt det Vinnande budet ("Köparen"). Tillämpliga villkor för köpet framgår av punkt 3 ovan.

Säljaren och Köparen är skyldiga att hjälpas åt i samband med slutförandet av transaktionen när auktionen har avslutats.

#### **7. ANSVAR**

**Vi är inte en auktionsförrättare.** Även om vi ofta refereras till som en auktionssajt är det viktigt att förstå att vi inte är en auktionsförrättare i traditionell mening. Däremot är Webbplatsen ett forum som tillåter registrerade Medlemmar att utbjuda, sälja och köpa allt som är tillåtet enligt lag, när som helst, från var som helst och till vilket pris som helst.

Vi granskar aldrig auktioner som införts av Medlemmar, vi äger inte objekten som saluförs på Webbplatsen och **vi är inte inblandade i transaktionerna mellan Köparna och Säljarna**. Vi har således ingen kontroll över de auktionerade objektens kvalitet, säkerhet, laglighet, eller sanningsenligheten eller riktigheten av auktionsobjekten, ej heller över Säljarnas förmåga att sälja föremålen och Köparnas förmåga att köpa desamma. Man får därför inte tro att utbudandet, försäljningen, köpet, exporten eller importen av någon vara är giltig och lagenlig bara för att den är listad, köpt eller tillgänglig på Webbplatsen. Vi ansvarar inte för att Köpare och Säljare verkligen genomför en transaktion. Du accepterar att ta fullt ansvar för att Dina handlingar utförs enligt gällande lag.

Vi kontrollerar inte den information som via andra Medlemmar gjorts tillgänglig på Webbplatsen. Det kan hända att du finner andra Medlemmars uppgifter stötande, farliga, oriktiga eller vilseledande. Vänligen var försiktig och använd sunt förnuft när Du använder Webbplatsen. Notera också att det kan finnas risk att Du handlar med minderåriga eller människor som agerar under falska förespeglningar. Genom att använda Webbplatsen accepterar Du dessa risker, och accepterar även att vi inte är ansvariga för handlingar och underlåtelser från Medlemmars sida.

Skulle Du ha något krav gentemot annan Medlem till följd av denne Medlems användning av Webbplatsen accepterar Du att göra gällande detta krav självständigt och utan inblandning från vår sida, och Du befriar oss (samt vårt moderbolag, dotterbolag, närstående bolag, tjänstemän, direktörer, ombud och anställda) från alla krav, förpliktelser, skadestånd, förluster, kostnader och utgifter inklusive advokatarvoden, kända och okända, som uppstår på grund av eller i samband med sådant krav.

Vi ansvarar inte för en Medlems förlust av data eller för att ett bud förvrängts eller inte har nått fram. Vi är inte ansvariga om uppfyllandet av våra skyldigheter förhindras eller försvåras på grund av sådana omständigheter utom vår kontroll som vi rimligen inte hade kunnat förutse, och vars konsekvenser vi rimligtvis inte hade kunnat undvika eller övervinna (såsom myndighetsutövning, arbetstvister, olyckshändelser, driftstopp i det allmänna kommunikationssystemet etc). En Medlem måste under tiden ovanstående hinder föreligger i möjligaste mån utföra sina skyldigheter.

**Vi (och vårt moderbolag, dotterbolag, närstående bolag, tjänstemän, direktörer, ombud och anställda) garanterar inte löpande, obruten eller säker tillgång till våra tjänster, och handhavandet av Webbplatsen kan störas av många faktorer utanför vår kontroll. Webbplatsen och våra tjänster tillhandahålls utan garanti och i den mån lagen tillåter friskriver vi oss från alla garantier eller andra förpliktelser, både lagliga och övriga, inklusive, men inte begränsat till, förpliktelser avseende skicklighet och fackmannamässighet eller krav avseende prestation på viss tid.** Vårt ansvar för en Medlem är under alla omständigheter begränsat till ersättning för direkta skador som inte i något fall skall överstiga ett halvt prisbasbelopp (såsom det definieras i Lag om Allmän Försäkring 1992:381) vid tiden för skadan.

# Käll- och litteraturlista

## Författningstext

SFS 1915:218	<i>Lag om avtal och andra rättshandlingar på förmögenhetsrättens område</i>
SFS 1990:932	<i>Konsumentköplag</i>
SFS 2005:59	<i>Distans- och hemförsäljningslag</i>
SFS 1990:931	<i>Köplag</i>
SFS 1914:45	<i>Kommissionslag</i>
SFS 2009:865	<i>Kommissionslag</i>
SFS 1998:112	<i>Lag om ansvar för elektroniska anslagstavlor</i>
SFS 1960:644	<i>Varumärkeslag</i>
SFS 1962:700	<i>Brottsbalken</i>
SFS 2002:562	<i>Lagen om elektronisk handel och andra informationssamhällets tjänster</i>

## EG-direktiv

Rådets förordning, (EG) nr 40/94, om gemenskapsvarumärken

Rådets direktiv, (89/104/EG), om tillnärmningen av medlemsstaternas varumärkeslagar

Europaparlamentets och rådets direktiv, 2000/31/EG, om vissa rättsliga aspekter på informationssamhällets tjänster, särskilt om elektronisk handel, på den inre marknaden

Rådets direktiv, (2004/48/EG) om säkerställande av skyddet för immateriella rättigheter

## Offentligt tryck

Prop. 1989/90:89, om ny konsumentköplag

Prop. 2004/05:13, Distans- och hemförsäljningslag, m.m.

Prop. 1997/98:15, *Ansvar för elektroniska anslagstavlor*

Prop. 2001/02:15, *Lag om elektronisk handel och andra informationssamhällets tjänster, m.m.*

## **Litteratur**

Adlercreutz, Axel: *Avtalsrätt I*, upplaga 12, Juristförlaget i Lund, Lund, 2002

Adlercreutz, Axel: *Avtalsrätt II*, upplaga 5, Juristförlaget i Lund, Lund, 2001

Almen, Tore: *Om auktion: såsom medel att åvägabringa aftal*, Akademiska boktryckeriet, Uppsala, 1897

Grönfors, Kurt: *Avtalsgrundande rättsfakta*, Nerenius & Santérus, Stockholm, 1993

Levin, Marianne: *Lärobok i immaterialrätt*, upplaga 8:1, Nordstedts juridik, Stockholm, 2004

Lindberg, Agne/ Westman, Daniel: *Praktisk IT-rätt*, upplaga 3, Nordstedts juridik, Stockholm, 2001

Maunsbach, Ulf/ Wennersten, Ulrika: *Grundläggande immaterialrätt*, Gleerups utbildning, Malmö, 2009

Tiberg, Hugo: *Mellanmansrätt*, upplaga 9, Nordstedts juridik, Stockholm, 1997

## **Artiklar**

Gupte, Eklavya: *eBay suffers double defeat in France*, Managing Intellectual Property, sid. 18-19, 2008

Dowell, Katy: *Web fakes ruling keeps claimants at bay*, The Lawyer, 2009

## **Internetbaserade källor**

Samtliga elektroniska källor fungerade vid besök: 2009-11-09

OECD: *The economic impact of counterfeiting and piracy*, 2007:  
<http://www.oecd.org/dataoecd/13/12/38707619.pdf>

ICC BASCAP: *Business action to stop counterfeiting and piracy*:  
<http://www.iccwbo.org/bascap/id1127/index.html>

Tullverket: *Beslagsstatistik*:  
<http://www.tullverket.se/pressrum/beslagsstatistik.4.4ab1598c11632f3ba9280001976.html>

European Commission -Taxation and customs union: *Results at the European border 2008*:  
[http://ec.europa.eu/taxation\\_customs/resources/documents/customs/customs\\_controls/counterfeit\\_piracy/statistics/2009\\_statistics\\_for\\_2008\\_full\\_report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/customs/customs_controls/counterfeit_piracy/statistics/2009_statistics_for_2008_full_report_en.pdf)

Tradera: *Vad är Tradera*:  
<http://www.tradera.com/help/HelpPage.aspx?NodeID=982>

Tradera: *Regler och policys*:  
<http://www.tradera.com/help/QuestionsAndAnswers.aspx?NodeID=970>

eBay: *eBay Inc.*:  
<http://www.ebayinc.com/>

eBay: *How eBay protects intellectual property (VeRO)*:  
<http://pages.ebay.com/help/tp/programs-vero-ov.html>

Reuters: *eBay found guilty of gross misconduct towards the LVMH group*, 2008-06-30:  
[http://www.reuters.com/article/pressRelease/idUS186230+30-Jun-2008+BW20080630,](http://www.reuters.com/article/pressRelease/idUS186230+30-Jun-2008+BW20080630)

Antik och Auktion: *Nätauktioner -fynd eller fälla?*, 2008-10-20:  
[http://www.antikochauktion.se/Sites/AntikAuktion/Default\\_51182.aspx?DataID=70454](http://www.antikochauktion.se/Sites/AntikAuktion/Default_51182.aspx?DataID=70454)

SvD: *Piratkopier kan stå dig dyrt*, 2008-07-02:  
[http://www.svd.se/resor/nyheter/artikel\\_1422249.svd](http://www.svd.se/resor/nyheter/artikel_1422249.svd)

Konsument Europa: *Höga böter för köp av piratkopier i Italien*, 2008-05-13:  
<http://www.konsumenteuropa.se/mallar/sv/artikel.asp?lngArticleId=3494&lngCategoryId=1353>

Internetworld: *Tradera i sökordsskandal*, 2007-12-19:  
<http://www.internetworld.idg.se/2.1006/1.137648>

Kaplans auktioner: *Klubbauktioner/realtidsauktioner*:  
<http://www.kaplans.se/Kaplans/help.aspx?mn=30>

Google: *Google om AdWords*:  
[adwords.google.se](http://adwords.google.se)

## **Examensarbeten**

Hansson, Susanne: *En komparativ studie av lagregleringen av auktionsförfarandet i det svenska, spanska och argentinska rättssystemet*, Göteborgs universitet, 2001



# Rättsfallsförteckning

## Sverige

NJA 1975 s. 152

NJA 1996 s. 79

RH 1996:142

Göta Hovrätt, dom B 1924/95

## EG-Domstolen

*Begäran om förhandsavgörande* Mål C-324/09

## Frankrike

*LVMH* N° RG 2006065217  
N° RG 2006077799  
N° RG 2006077807

## Storbritannien

*L'oréal* [2009] EWHC 1094 (Ch) L'oréal vs eBay

## USA

*Tiffany* Tiffany (NJ) Inc. v. eBay Inc, No 04 Civ. 4607