



JURIDISKA FAKULTETEN  
vid Lunds universitet

Ingrid Persson

Domännamnet som  
kännetecken  
- ett odefinierat rättsområde

Examensarbete  
20 poäng

Handledare: Ulf Maunsbach

Immaterialrätt, IT-rätt  
VT 2001

# Innehåll

<b>SAMMANFATTNING</b>	<b>1</b>
<b>FÖRKORTNINGAR</b>	<b>3</b>
<b>1 INLEDNING</b>	<b>4</b>
1.1 Syfte	4
1.2 Problemformulering	5
1.3 Avgränsning	5
1.4 Metod, material & forskningsläge	6
1.5 Disposition	6
<b>2 BAKGRUND</b>	<b>8</b>
2.1 Allmänt om domännamnet	8
2.2 Domännamnets funktion	9
2.3 Domännamnets uppbyggnad	9
2.4 Domännamn nu och i framtiden	10
<b>3 VARUMÄRKE OCH FIRMA</b>	<b>13</b>
3.1 Inledning	13
3.2 Relationen domännamn – varumärke/firma	13
3.2.1 Kravet på särskiljningsförmåga	15
3.2.2 Geografiskt ursprung	15
3.2.3 Rekvisiten användning och näringsverksamhet	16
3.2.4 Skyddets uppkomst genom registrering respektive inarbetning	17
3.2.5 Risk för degeneration – amazon.com	18
3.3 Registrering av varumärke/firma som domännamn	19
3.3.1 Under .se-domänen	19
3.3.2 Under generiska toppdomäner	19
3.3.3 Allmänt	20
<b>4 PERSONNAMN</b>	<b>21</b>
4.1 Inledning	21
4.2 Svensk lagstiftning	21
4.2.1 Namnlagen	21

4.2.2	Varumärkes- och firmalagarna	22
<b>4.3</b>	<b>Registrering av personnamn som domännamn under .se-domänen</b>	<b>23</b>
<b>4.4</b>	<b>Personnamnsproblematiken under generiska toppdomäner</b>	<b>23</b>
4.4.1	Madonna.com	24
4.4.2	Juliaroberts.com	25
4.4.3	Brucespringsteen.com	25
4.4.4	Sting.com	26
4.4.5	Sammanfattande kommentar	27
<b>5</b>	<b>GEOGRAFISKA NAMN</b>	<b>29</b>
<b>5.1</b>	<b>Inledning</b>	<b>29</b>
<b>5.2</b>	<b>Allmänt om geografiska domännamn</b>	<b>29</b>
<b>5.3</b>	<b>WIPO-avgöranden rörande geografiska domännamn</b>	<b>30</b>
5.3.1	Barcelona.com	30
5.3.2	Stmoritz.com	31
5.3.3	Portofhelsinki.com	31
<b>5.4</b>	<b>Sammanfattande kommentar</b>	<b>32</b>
<b>6</b>	<b>GENERISKA ORD</b>	<b>34</b>
<b>6.1</b>	<b>Inledning</b>	<b>34</b>
<b>6.2</b>	<b>Allmänt om generiska ord som domännamn</b>	<b>34</b>
<b>6.3</b>	<b>Generiska ord som samtidigt är ett varumärke</b>	<b>35</b>
6.3.1	crew.com	35
6.3.2	craftwork.com	36
6.3.3	allocation.com	36
6.3.4	libro.com	37
6.3.5	notar.com, notar.org	37
<b>6.4</b>	<b>Sammanfattande kommentar</b>	<b>37</b>
<b>7</b>	<b>GENERELLA DOMÄNNAMNSRELATERADE FRÅGOR</b>	<b>39</b>
<b>7.1</b>	<b>Inledning</b>	<b>39</b>
<b>7.2</b>	<b>Förväxlingsbara domännamn</b>	<b>39</b>
7.2.1	Förväxlingsbart domännamn under samma toppdomän	40
7.2.2	Samma eller förväxlingsbart domännamn under annan toppdomän	41
7.2.3	Sammanfattande kommentar	41
<b>7.3</b>	<b>Reverse domain name hijacking</b>	<b>42</b>
7.3.1	WIPO-avgöranden	43
7.3.1.1	Tonsil.com	43
7.3.1.2	Smartdesign.com	44
7.3.1.3	Goldline.com	45
7.3.1.4	Yourmove.com	46
7.3.2	Sammanfattande kommentar	47

<b>7.4</b>	<b>Förmögenhets- och sakrättsliga aspekter</b>	<b>48</b>
7.4.1	Domännamn en immateriell rättighet?	49
7.4.2	Betraktas domännamn som egendom?	50
7.4.3	Domännamn och varumärke	50
7.4.4	Domännamn som säkerhet	51
7.4.5	Sammanfattande kommentar	52
<b>8</b>	<b>AVSLUTNING</b>	<b>53</b>
<b>8.1</b>	<b>I vilken mån kan existerande lagstiftning tillämpas och vad innebär detta för användningen av domännamn som kännetecken?</b>	<b>53</b>
8.1.1	Domännamn – varumärke/firma	53
8.1.2	Domännamn – personnamn	53
8.1.3	Domännamn – geografiska namn	54
8.1.4	Domännamn – generiska ord	55
<b>8.2</b>	<b>Allmänt om domännamnet</b>	<b>55</b>
<b>8.3</b>	<b>Avslutande kommentar</b>	<b>56</b>
	<b>BILAGA A UTDRAG UR UDRP</b>	<b>58</b>
	<b>BILAGA B UTDRAG UR DOMÄNNAMNSREGLER I SVERIGE</b>	<b>60</b>
	<b>LITTERATURFÖRTECKNING</b>	<b>62</b>
	<b>RÄTTSFALLSFÖRTECKNING</b>	<b>66</b>

# Sammanfattning

Domännamnet hade från början främst en teknisk funktion. Bland annat för att Internetanvändare inte skulle behöva lära sig s.k. IP-nummer utantill kopplades en alfabetisk adress till sifferkombinationen. Denna kunde användas för att beskriva en e-postadress eller en webbplats och domännamssystemet konverterade den textbaserade Internetadressen, domännamnet, till dess numeriska motsvarighet. Så är det fortfarande, men domännamnet har idag fått ytterligare funktioner som inte var avsedda från början. Ett bra domännamn som är lätt att komma ihåg är i princip ett måste för alla som bedriver någon slags verksamhet på Internet. Domännamnen används individualiserande och fungerar marknadsstyrande vilket gjort att de alltmer kommit att likna immaterialrättsligt skyddade kännetecken, främst varumärke eller firma. Det unika med ett domännamn är att det bara finns en som kan registrera och använda ett visst domännamn. Till skillnad från varumärken som kan komma att ha flera innehavare i olika klasser är det tuffare konkurrens om vissa domännamn under de populäraste toppdomänerna. Ett domännamn är således ett mer unikt kännetecken än ett varumärke, men det har också nackdelar vad gäller förväxlingsrisken. Den som registrerat ett domännamn har rätt att använda sig av just det registrerade namnet, men kan inte hindra att någon registrerar samma domännamn under en annan toppdomän eller ett snarlikt sådant under samma toppdomän. Enda möjligheten att hindra ett sådant förfarande är i princip att åberopa en bakomliggande immaterialrätt (varumärke eller firma). Saknas sådan får domännamnsinnehavaren räkna med risk för sammanblandning.

Användningen av domännamn som kännetecken och inte bara som en teknisk adress har medfört en stor efterfrågan på bra domännamn. Under de flesta toppdomäner gäller principen att den som kommer först får registrera det önskade domännamnet. Det finns olika slags domännamn som alla har det gemensamt att de fungerar och används som kännetecken. Då innehavaren också har en traditionell immaterialrätt som skyddar det aktuella kännetecknet kommer denne ofta i en starkare position än de innehavare vars domännamn inte skyddas som varumärke, firma eller namn.

Den som redan har en registrerad eller inarbetad *varumärkes- eller firmarätt* kan också registrera varumärket/firman som domännamn. Detta innebär ett befästande eller eventuellt ett utvidgande av en redan existerande immateriell rättighet. Ett domännamn som är likadant som ett redan existerande varumärke kan i princip sägas vara förbehållet varumärkesinnehavaren. Dock kan det många gånger finnas flera rättmätiga innehavare av samma varumärke vilket kan leda till att flera konkurrerar om samma domännamn. Den som registrerar ett nytt domännamn måste tänka på att inte välja ett namn som är alltför likt någon annans existerande varumärke. Även ett domännamn måste därför ha särskiljningsförmåga för att inte riskera att göra intrång i någon annans varumärkesrätt.

*Personnamn* som registreras som domännamn ges ett visst skydd av den svenska namnlagen under förutsättning att det handlar om ett egenartat efternamn. Även varumärkeslagen kan skydda ett personnamn under förutsättning att namnet är registrerat eller inarbetat som varumärke. En känd person som har varumärkesregistrerat sitt namn bör också utan problem kunna använda det som domännamn. Däremot kan det vara svårare för någon som saknar registrering att visa inarbetning; det räcker inte att bara vara känd då koppling till kommersiell verksamhet krävs. WIPO har avgjort en rad fall där s.k. kändisars namn utnyttjats som domännamn och det kan konstateras att viss osäkerhet råder beträffande personnamn som inte är registrerade varumärken.

*Geografiska namn* som registreras som domännamn har varit omdiskuterade de senaste åren. Normalt kan geografiska namn inte skyddas som varumärken eller firma vilket medför att kännetecknet inte har något traditionellt rättsskydd. Myndigheter i städer vars namn domännamnsregistrerats av andra har hävdats att geografiska domännamn bör vara förbehållna staden ifråga. WIPO kan i sina avgöranden inte sägas ha fastslagit en sådan princip även om man uppmärksammat risken för missbruk av geografiska namn och att det kan leda till att Internetanvändare vilseleds. Rätten att använda ett geografiskt domännamn har istället bedömts tillfalla den som först registrerat och sedermera använder domännamnet i en bona fide verksamhet.

*Generiska domännamn* innebär att i språket vanliga ord registreras som domännamn. Dessa domännamn har visat sig vara mycket eftertraktade och värdefulla då de kan passa som kännetecken för många olika verksamheter. Viss risk för kollision finns mellan varumärken som samtidigt är generiska ord, detta problem kan särskilt uppkomma när det handlar om olika språk. Dock har WIPO uttalat att det inte kan ställas krav på att den som registrerat ett generiskt domännamn i god tro skall känna till och behöva ta hänsyn till mindre kända varumärken.

Någon lagstiftning som reglerar domännamn finns inte vilket medför en stor osäkerhet om vad en domännamnsregistrering egentligen innebär. Innehavare till ett domännamn vars känneteckensfunktion skyddas av varumärkes-, firma- eller namnlagen befinner sig inte i en lika oklar situation som den som använder ett geografiskt eller generiskt domännamn som kännetecken. Gemensamt för alla domännamn är dock att avsaknaden av en förmögenhets- och sakrättslig definition försvårar användningen av domännamn som kännetecken. Domännamn köps, säljs och används som säkerhet även om det är oklart om de är att betrakta som egendom. Vad man egentligen får göra med sitt domännamn dvs. vilka rättigheter och skyldigheter som närmare medföljer en domännamnsregistrering måste försöka fastställas. Först sedan detta är gjort kan man klargöra om det finns några särskilda rättigheter knutna till domännamnet dvs. om en domännamnsrätt kan sägas existera och vad den i så fall innebär.

# Förkortningar

DNS	Domain Name System
FL	Firmalagen (1974:156)
FN	Förenta Nationerna
ICANN	The Internet Corporation for Assigned Names and Numbers
IFIM	Institutet för Immaterialrätt och Marknadsrätt
IP-nummer	Internet Protocol-nummer
NamnL	Namnlagen (1982:670)
NIR	Nordiskt immateriellt rättsskydd
NIC-SE	Network Information Centre Sweden AB
NSI	Network Solutions Incorporated
NDR	Nämnden för DomänNamnsRegler
PRV	Patent- och registreringsverket
RÅ	Regeringsrättens årsbok
SLD	Second Level Domain
TLD	Top Level Domain
UDRP	Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy
UFR	Ugeskrift for retsvæsen
VML	Varumärkeslagen (1960:644)
WIPO	World Intellectual Property Organization
www	world wide web

# 1 Inledning

## 1.1 Syfte

Ett domännamn fungerar många gånger som ett slags kännetecken för den webbsida det är kopplat till och det är just som kännetecken domännamn idag har sitt främsta värde. Att bedöma vilket skydd ett domännamn har som kännetecken är mindre komplicerat då det sammanfaller med ett varumärke eftersom de flesta idag är överens om att ett domännamn kan inneha varumärkesrättslig status. Som kommer att presenteras närmare i det följande innebär det att ett domännamn under vissa förutsättningar kan skyddas som varumärke och att ett domännamn som är likadant som eller förväxlingsbart med ett redan existerande varumärke i princip är förbehållet varumärkesinnehavaren. Vad som är mer diskutabelt är i vad mån ett domännamn som inte kan registreras eller inarbetas som varumärke skyddas på något annat sätt. Likaså är det viktigt att försöka klargöra om den som innehar ett visst, icke varumärkesrättsligt, kännetecken utanför den virtuella världen också har förtur till detta som domännamn. Eftersom domännamn kan utgöra mycket värdefulla kännetecken kan det finnas många som av olika anledningar försöker hävda bättre rätt till ett populärt namn. Det har under de senaste åren dykt upp andra problemområden än varumärke/firma där domännamn kommit i konflikt med ickevirtuella företeelser, främst personnamn och geografiska namn.

Internet har länge varit att anse som ett i det närmaste laglöst land och även om det finns bestämmelser framtagna för lösning av domännamnstvister, främst ICANN:s tvistlösningspolicy UDRP (Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy), så handlar det om specifika regler gällande tvistlösning som tillämpas i privata skiljeförfarande. Därutöver finns det naturligtvis möjlighet att gå till domstol rörande t.ex. en varumärkestvist, men det finns inga bestämmelser som direkt tar sikte på domännamn utan tvisten kan tas upp under förutsättning att traditionell känneteckensrättslig lagstiftning är tillämplig. Tvisten rör då i första hand inte rätten till domännamnet utan rätten till den bakomliggande varumärkes-, firma- eller namnrätten. Själva rätten till ett domännamn är inte underställd någon jurisdiktion i världen. Det har hävdats att något legitimt krav för att få använda ett visst domännamn eller för att få visst skydd för ett domännamn inte kan åberopas.<sup>1</sup>

Jag avser att undersöka domännamn uppdelade i fyra olika grupper som alla kan fungera som utmärkta kännetecken. Det handlar om domännamn som består av varumärke/firma, personnamn, geografiska namn samt generiska ord. Dessa grupper går i viss mån in i varandra, men jag anser ändå att indelningen kan vara relevant för att lättare förstå problematiken och de

---

<sup>1</sup> Carlén-Wendels, Thomas, *Nätjuridik*, 3 uppl., Stockholm 2000, s. 146.



skillnader vad gäller skydd som finns. Vissa av domännamnsgrupperna uppfyller de krav som ställs för att få del av ett bakomliggande rättsligt skydd. Skyddet rör som ovan nämnt därmed egentligen inte rätten till själva domännamnet, men det ger de domännamn som kommer ifråga helt andra förutsättningar jämfört med domännamn som saknar bakomliggande skydd.

Mitt syfte med detta examensarbete är att försöka klargöra vad det existerande rättsskyddet närmare innebär, vad som krävs för att det skall kunna omfatta också domännamn samt vad följden blir för de domännamn som inte omfattas. Frågan vem som har rätt att registrera och framför allt använda sig av ett visst domännamn utan risk att bli fräntagen detta hänger nära ihop med ovanstående och behandlas också. Även vissa mer generella domännamnsrelaterade frågor tas upp för att ge en fullständig bild av vilka problem som användningen av domännamn som kännetecken kan medföra.

## 1.2 Problemformulering

Jag avser att i min framställning utreda om befintlig lagstiftning kan tillämpas för att skydda känneteckensfunktionen hos olika slags domännamn samt vad detta får till följd vad gäller registreringen och användningen av domännamnet som kännetecken. Frågan kan således delas upp i två delar:

- I vilken mån kan existerande lagstiftning tillämpas för att skydda domännamnet som kännetecken?
- Vad får detta rättsskydd alternativt avsaknad av rättsskydd till följd för användningen av domännamnet som kännetecken?

## 1.3 Avgränsning

Eftersom jag syftar till en koncentrerad framställning av de frågor jag ämnar besvara har jag valt att göra flera avgränsningar. Jag har inte haft för avsikt att göra någon heltäckande genomgång av känneteckens-, firma- eller namnrätten. Således har jag valt att redogöra för dessa rättsområden i den utsträckning de varit relevanta för min redovisning av för domännamn tillämplig lagstiftning. Vad gäller de domännamn där vanlig lagstiftning inte kan tillämpas har jag valt att fokusera på geografiska namn och generiska ord. Det finns emellertid också andra slags domännamn som inte faller inom dessa två kategorier. WIPO diskuterar exempelvis i sin andra Internetprocess användningen av namn på medicinska substanser<sup>2</sup> som domännamn, men då geografiska namn och generiska ord är mer vanligt förekommande har jag koncentrerat mig på dessa. I samband med domännamn och Internet kan det även uppkomma komplicerade frågor vad gäller jurisdiktion och lagval. Sådana frågeställningar berör jag

---

<sup>2</sup> Som exempel på medicinska substanser nämns i paragraf 87 i Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process bl.a. ibuprofen och retinol (det sistnämnda är en syntetisk form av vitamin A).

överhuvudtaget inte. Inte heller tas otillbörlig konkurrens eller marknadsrätt upp.

Ett antal avgöranden enligt UDRP, främst från WIPO, har varit min utgångspunkt för resonemangen kring de olika grupperna av domännamn. UDRP berörs i den mån det behövs för att förstå utgången av fallen, men det handlar inte om någon mer ingående analys av tvistlösningsmekanismerna. Registreringsförutsättningarna för domännamn under de olika typerna av toppdomäner<sup>3</sup> behandlas också översiktligt.

## 1.4 Metod, material & forskningsläge

För att klargöra domännamnets juridiska ställning ur ett känneteckensperspektiv måste dess funktion fastställas. Avsikten har varit att applicera befintlig lagstiftning, främst varumärkes-, firma- och namnlagarna på domännamnet för att se i vad mån dessa kan tillämpas och skydda domännamnet. Genom detta tillvägagångssätt fastställs vilket skydd som domännamnsinnehavaren erhåller i egenskap av någon annan rätt, alltså inte genom domännamnet i sig. Vad gäller material till denna del har jag främst använt mig av standardverken inom immaterialrätt, Koktvedgaard & Levin samt Bernitz, liksom den allmänna IT-rättsliga litteraturen såsom Lindberg & Westman och Carlén-Wendels.

Vad gäller de andra grupperna av domännamn har avsikten varit att med hjälp av tidigare gjorda avgränsningar ringa in vad som kan finnas kvar när varumärkes-, firma- och namnrättsinnehavaren så att säga tagit sitt. Inom detta område finns inte mycket skrivet vare sig i Sverige eller utomlands. Detsamma gäller de generella domännamnsrelaterade frågorna. Min utgångspunkt här har därför varit ett antal avgörande av WIPO som rör de grupper av domännamn jag tar upp. Vidare har jag använt mig av WIPO:s Interim Report och Final Report från den första och andra Internetprocessen. Ett antal artiklar, främst Pawlos om domännamnets juridiska status, men även några andra svenska samt en del amerikanska och engelska artiklar publicerade på Internet har varit till god hjälp i min analys.

## 1.5 Disposition

Efter ett inledande kapitel som bl.a. behandlar domännamnets funktion och uppbyggnad (kapitel 2) har jag valt att dela in mitt examensarbete utifrån de valda domännamnsgrupperna. De första två kapitlen innehåller en genomgång av vilken traditionell känneteckenslagstiftning som kan vara tillämplig på domännamn; dels varumärke och firma (kapitel 3), dels personnamn (kapitel 4). Jag tar även kortfattat upp vad som gäller för registrering av varumärke/firma/personnamn som domännamn under .se samt vad UDRP säger om motsvarande registrering under .com.

---

<sup>3</sup> Nationella och generiska.

I de två följande kapitlen koncentrerar jag mig på frågor rörande skydd för domännamn som kännetecken som inte faller under existerande känneteckensrättslig lagstiftning. Här kommer såväl geografiska namn (kapitel 5) som generiska ord (kapitel 6) in.

I ett sjunde kapitel behandlar jag domännamnsrelaterade problem av mer allmängiltigt slag och som alltså inte har att göra med om domännamnet faller under eller utanför befintlig känneteckensrättslig lagstiftning. Det rör vilket skydd en domännamnsinnehavare har dels mot andra som vill registrera samma namn under annan toppdomän (kapitel 7.2), dels gentemot någon annan som utan bättre rätt försöker få domännamnet överfört till sig, s.k. reverse domain name hijacking (kapitel 7.3). Även sak- och förmögenhetsrättsliga frågor berörs översiktligt (kapitel 7.4).

I ett avslutande åttonde kapitel sammanställs vad jag kommit fram till gällande skyddet för domännamn som kännetecken inom och utanför känneteckensrättslig lagstiftning.

# 2 Bakgrund

## 2.1 Allmänt om domännamnet

Internet är ett nätverk av nätverk som kopplas samman och möjliggör elektronisk kommunikation. Varje dator ansluten till Internet får en unik adress, ett s.k. IP-nummer vilket består av fyra stycken en-, två- eller tresiffriga grupper åtskilda av punkter, t.ex. 193.13.161.248. För att göra det lättare att komma ihåg Internetadressen kan sifferkombinationen kopplas till mer användarvänliga *domännamn* vilket innebär en omvandling till en alfabetisk adress; IP-numret ovan motsvaras t.ex. av [www.aftonbladet.se](http://www.aftonbladet.se). Den alfabetiska formen, bestående av ord eller förkortningar, är den form som Internetanvändaren i stort sett uteslutande kommer i kontakt med. Domännamnsystemet, DNS, är en mycket viktig del av Internet. Domännamnet kan användas för att beskriva en e-postadress eller en webbplats och DNS konverterar den textbaserade Internetadressen, domännamnet, till dess numeriska motsvarighet vilket gör att surfaren hamnar rätt utan att behöva lära sig IP-numret.

Den senaste tiden har det kommit rapporter om att antalet domännamn på Internet minskar. Internet har i princip inte krympt sedan mätningarna påbörjades i augusti 1995.<sup>4</sup> Antalet domännamn uppgick då enligt uppgift från Netcraft till 18957 st. medan siffrorna för december 2001 talar om att det finns över 36 miljoner domäner.<sup>5</sup> Anledningen till att antalet domännamn nu minskar tros vara att många som spekulativt registrerade domännamn under 1999 inte förnyar dem när kontraktet går ut efter vanligtvis 2 år. Med tanke på att nya attraktiva toppdomäner är under lansering kommer dock antalet ansökningar troligen inte att minska nämnvärt i framtiden.<sup>6</sup> Skillnaden i antalet registrerade domännamn ovan visar vilken enorm genomslagskraft användningen av domännamn fått på bara några få år. Det unika med ett domännamn är att det bara är möjligt för en enda individ eller ett enda företag att inneha ett visst domännamn. Som jämförelse kan tas varumärkesrätten där samma varumärke kan registreras av flera företag så länge det handlar om olika varuklasser och förväxlingsrisk inte anses föreligga. En annan slags konkurrenssituation uppkommer när det gäller domännamn och det handlar då främst om att många vill registrera under de populäraste toppdomänerna som .com eller .nu. Även om domännamnsinnehavaren får ett unikt kännetecken finns för domännamn inte något skydd motsvarande det väl ansedda varumärken har, dvs. skydd över samtliga klasser. En domännamnsinnehavare av ett visst namn under .com kan således normalt inte hindra att någon annan registrerar samma namn under .nu.

---

<sup>4</sup> [www.netcraft.com](http://www.netcraft.com).

<sup>5</sup> [www.netcraft.com](http://www.netcraft.com).

<sup>6</sup> Lindstedt, Urban, *Allt färre registrerar domännamn*, artikel från Internet World 010420; <http://nyheter.idg.se>, 2001-06-14.

## 2.2 Domännamnets funktion

Domännamn har primärt en teknisk funktion som kan sägas påminna om telefonnummer, telefaxnummer eller postadresser.<sup>7</sup> För att två identiska domännamn inte skall kunna uppstå krävs att namnen fördelas koordinerat och tilldelningen av IP-nummer och domännamn är därför centralt styrd. För telefonnummer finns sedan lång tid tillbaka nummerplaner för hela världen som gör att miljontals telefonnummer kopplas ihop och liknande nummerplaner kan sägas finnas för Internet. I Sverige har minnesanpassade (mnemoniska) telefonnummer, inte slagit igenom på samma sätt som i t.ex. USA. Där är det vanligt att ett företag lämnar ut sitt telefonnummer i form av en viss bokstavskombination, där siffran 1 motsvarar A - C, siffran 2 D - F osv. Detta innebär att kunden slipper hålla reda på ett telefonnummer och istället kan komma ihåg ett namn. En huvudsaklig skillnad mellan mnemoniska telefonnummer och domännamn är dock att det valda domännamnet inte behöver ha något samband med siffrorna i IP-numret. En viss siffra representerar alltså inte en eller flera bokstäver utan DNS-systemet medger att ett IP-nummer kopplas till vilken alfabetisk adress som helst förutsatt att den inte är upptagen.

Även om vissa telefonnummer finns i bokstavsform har domännamn en betydligt mer upplysande utformning och innehar i högre grad inte bara en teknisk funktion, utan fungerar också som identifikationsmedel. För många näringsidkare på Internet är domännamnet i det närmaste en förutsättning för att kunna etablera och upprätthålla en kontakt med konsumenterna. Eftersom en fullständig förteckning över domännamn än så länge saknas (jämför telefonkatalog) är det nödvändigt att näringsidkaren skaffar sig ett bra namn som är lätt att komma ihåg. Det är många gånger viktigt att ha ett logiskt domännamn som är lätt att gissa sig till för den som inte minns den exakta lydelsen. Med hjälp av någon av Internets sökmotorer kan konsumenten genom att skriva in det eller de ord han tror ingår i det sökta domännamnet hitta fram till rätt webbsida. Domännamnen kan således idag sägas ha en marknadsdirigerande funktion.<sup>8</sup> Eftersom domännamnet kan användas för traditionell marknadskommunikation och då många domännamn är identiska med redan existerande varumärken eller firmor, föreligger en nära koppling mellan domännamn och kännetecken. I de fall där domännamnet består av ett redan känt varumärke har domännamnet definitivt en dirigerande verkan eftersom användaren kan få samma associationer som om han sett varumärket i andra sammanhang, t.ex. i en tidningsannons eller TV-reklam.

## 2.3 Domännamnets uppbyggnad

Ett domännamn består av minst två delar:

---

<sup>7</sup> Wallberg, Knud, *Om brug af varumærker og domænavne på Internettet*, UFR 3/97, s. 25.

<sup>8</sup> Heveus, Erika, *Varumärken i globala nätverk*, IFIM Gröna serien 90/1997, s. 34.

- 1) En *toppdomän* (TLD, Top Level Domain) som pekar ut verksamhetsområdet.
- 2) En *underdomän* (SLD, Second Level Domain) som består av ett ord eller en teckenkombination som närmare identifierar den aktuella domänen.

När det gäller toppdomänerna finns det såväl *geografiska*, nationella sådana (ccTLD, Country Code TLD) t.ex. .se, .dk, .uk, som mer allmänna, *generiska* toppdomäner (gTLD) t.ex. .com, .org, .edu. I domännamnet [www.aftonbladet.se](http://www.aftonbladet.se) finns bara en underdomän, men ett domännamn kan ofta ha flera underdomäner för att närmare avgränsa användarna. Juridicums adress [www.jur.lu.se](http://www.jur.lu.se) talar precis som Aftonbladets hemsida om att sidan går att finna under toppdomänen .se. Här finns dock ännu ett led som föregår toppdomänen och detta led kallas *huvuddomän* och visar att sidan ligger under Lunds universitet, .lu. Slutligen talar .jur om för oss att det är just Juridicums hemsida vi kommer till.

När det gäller tilldelning och registrering av domännamn sker detta på olika sätt beroende på vilken toppdomän det handlar om. De populära generiska toppdomänerna .com, .org och .net är öppna vilket innebär att vem som helst i princip kan registrera ett önskat domännamn under förutsättning att det är ledigt. Denna princip gäller även vissa geografiska toppdomäner däribland .nu (Niue) och .cc (Cocos Island). Många andra geografiska toppdomäner är emellertid slutna och där tillåts endast lokala, nationella aktörer registrera ett domännamn. Så är det för närvarande under .se där man för att få registrera ett namn direkt under toppdomänen bl.a. måste bedriva en verksamhet med anknytning till Sverige som återspeglar verksamhetens namn som det är angivet på av svensk myndighet utfärdat registreringsbevis.<sup>9</sup> ”Först-till-kvarn”-principen gäller däremot såväl de flesta geografiska som generiska toppdomänerna.

## 2.4 Domännamn nu och i framtiden

Vilken betydelse domännamn har idag och vilken betydelse de kommer att ha i framtiden råder det delade meningar om. Det finns de som anser att domännamnen är kraftigt överskattade och det bara är en illusion att Internetanvändarna skall lyckas hitta fram till just deras site.<sup>10</sup> Att lära sig hålla reda på toppdomänstrukturen till fullo är inte möjligt och om man vill satsa på Internetverksamhet måste den integreras med den övriga verksamheten.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Regler för registrering av domännamn under toppdomänen “.se”, version 2.0 (DomännamnsRegler i Sverige), regel B. Två olika förslag till nytt regelverk finns dock ute på remiss, version 2.5 respektive 3.0 av DomännamnsRegler i Sverige. Förändringar vad gäller registreringsförutsättningarna under .se-domänen kommer därför troligen att genomföras inom en inte alltför avlägsen framtid, se närmare under remisser på NDR:s hemsida (<http://ndr.iis.se>).

<sup>10</sup> Silling, Ulf, *Domännamn kraftigt överskattade*, artikel från Computer Sweden nr 14/98; <http://computersweden.idg.se/arkiv/>, 2001-06-14.

<sup>11</sup> Silling, a.a.

Fler är inne på samma linje och menar att domännamnet är en nätverksadress och är som sådan inte tänkt att kopplas till marknadsföringen.<sup>12</sup> I stället för att diskutera varumärken i domännamnssystemet bör man satsa på att bygga upp katalogtjänster. En global katalog där man på ett enkelt sätt kan hitta företag, personer och tjänster gör att tyngdpunkten vid sökandet av nätverkstjänster kommer att förflyttas från domännamn och sökmotorer till katalogtjänster och att det är i katalogtjänsten snarare än i domännamnssystemet som varumärken och personnamn skall registreras. Inför en fungerande katalogtjänst ...”behöver inte IKEA:s Billy-bokhylla konkurrera med barnboksfiguren Billy. Det finns plats för båda i katalogsystemen, vilket det som bekant inte finns i domännamnssystemet.”<sup>13</sup>

Andra håller inte alls med om att domännamn är ointressanta eller överskattade utan menar att domännamnet är mycket viktigt för framgång.<sup>14</sup> Domännamnet används som individualiseringsmedel och fungerar särskiljande och observationshöjande. Domännamnet underlättar identifieringen av en viss produkt, men får allt större betydelse som identitetsbärare även utanför konsumentförhållanden. För många näringsidkare är domännamnet i det närmaste en förutsättning för att kunna kommunicera direkt med konsumenterna via reklam och annan typ av information.<sup>15</sup>

Vissa går till och med så långt att de menar att varumärket på Internet ersatts av domännamnet.<sup>16</sup> De företag som trodde varumärket var viktigast har gått i en fälla då ...”ett namn utan en domän på Internet är som ett hus utan tak”...<sup>17</sup> Varumärket har blivit ointressant då domännamnet tagit över det som varumärket stod för och den shoppingintresserade Internetanvändaren söker sig till buy.com hellre än till en specifik site kopplad till varumärket.<sup>18</sup>

Oavsett om man tror på domännamnet, varumärket eller en framtid med helt andra förutsättningar i form av ett fungerande katalogsystem, är det otvivelaktigt så att domännamnen spelar stor roll i många företags marknadsföring idag. Att domännamnen från början inte var tänkta som någonting annat än adresser spelar mindre roll, då de på senare tid uppenbarligen fått en annan funktion. Antingen domännamnen består av välrenommerade och framgångsrika varumärken som Coca-Cola eller Volvo eller det handlar om vanliga generiska ord som softdrink eller cars fungerar de som kännetecken och identifikationsmedel på Internet. Många nya

---

<sup>12</sup> Johansson, Olle E., *Domänadressen är lika ointressant som boxnumret*, artikel från Datateknik 980326; [www.datateknik30.se](http://www.datateknik30.se), 2001-06-14.

<sup>13</sup> Johansson, a.a.

<sup>14</sup> Pawlo, Mikael, *Domännamn är varumärken*, artikel från Computer Sweden nr 20/98; <http://computersweden.idg.se/arkiv/>, 2001-06-14.

<sup>15</sup> Pawlo, *Domännamn är varumärken*.

<sup>16</sup> Svanberg, Lennart, *Domännamnet gäller*, artikel från Computer Sweden 991020; <http://computersweden.idg.se/arkiv/>, 2001-06-14.

<sup>17</sup> Svanberg, a.a.

<sup>18</sup> Svanberg, a.a.

aktörer använder inte varumärken utan istället de ord som varumärkena står för. Att domännamnssystemet i framtiden kommer att förändras står ganska klart men när och hur vet nog ingen idag. Ett katalogsystem som ger plats för flera aktörer med samma namn är önskvärt, men ännu har något sådant inte utvecklats och innan detta gigantiska arbete är klart kommer domännamnen troligen att behålla en stark position.



# 3 Varumärke och firma

## 3.1 Inledning

Ett domännamn kan komma att vinna skydd i egenskap av någon annan erkänd rättighet, företrädesvis varumärke eller firma. Det skydd och de rättigheter som eventuellt tillämplig lagstiftning kan ge har således inte någon direkt koppling till domännamnet och därmed handlar det inte om en rätt som kan sägas vara en följd av eller vara unik för just domännamnet. I stället handlar det om att domännamnet kan skyddas som varumärke eller firma då domännamnet i det specifika fallet uppfyller de krav respektive lagstiftning ställer.

Företag och organisationer marknadsför sig genom att skapa symboler och andra kännetecken för att skilja sig från varandra. Eftersom Internet är ett globalt nätverk och antalet ”bra” namn är begränsat uppstår oundvikligen kollisioner. Konflikter kan uppstå mellan domännamn inbördes, främst under skilda toppdomäner, vilket jag återkommer till i ett senare kapitel. Ett större problem är emellertid när domännamn kommer i konflikt med andra etablerade kännetecken – varumärke och firma – och denna situation behandlas i detta kapitel.

För att kunna reda ut vad som gäller för de grupper av domännamn som inte har något direkt skydd, dvs. domännamn för vilka befintlig reglering inte kan tillämpas, måste det redan tidigare skyddade området ringas in och avgränsas. Här följer en genomgång av relevanta lagrum som kan aktualiseras samt en redogörelse för de förutsättningar som måste vara uppfyllda för att bestämmelserna skall kunna ge skydd åt domännamn.

## 3.2 Relationen domännamn – varumärke/firma

Som tidigare nämnts kan ett domännamn ha en funktion som liknar varumärkets/firmans, då det som kännetecken kan verka särskiljande. För att kunna konstatera vad som krävs för att ett domännamn skall kunna utgöra ett varumärke och/eller en firma måste man fastställa vilka krav lagstiftningen ställer. Varumärke och firma är de kännetecken som immaterialrätten traditionellt skyddar. Det förekommer inte sällan att ett kännetecken används både som firma (firmadominant) och som varumärke och eftersom det råder ett så nära samband mellan varumärke och firma behandlar jag bestämmelserna parallellt. Som sammanfattande term används då kännetecken.

Varumärket har sagts utgöra en förbindelselänk mellan företaget och kundkretsen och som sådan kan den ha flera funktioner:<sup>19</sup>

- *Marknadsstyrande* – en av de centrala funktionerna,
- *ursprungsangivande* – under förutsättning att produkten är känd på marknaden,
- *individualiserande* – gäller även om företaget inte är känt,
- *garanterande* – de allra flesta företag är rädda om sitt varumärke och försöker undvika att varumärket kommer i vanrykte pga. att kvaliteten hos de varumärkesförsedda varorna sänks.<sup>20</sup>

I stor utsträckning fyller firman motsvarande funktioner.<sup>21</sup> Dock fungerar firma också som *offentligt* individualiseringsmedel och på detta sätt skiljer sig firmans funktion från varumärkets.<sup>22</sup>

Som tidigare nämnts kan domännamnen, mot bakgrund av hur de fungerar och används idag, verka marknadsstyrande.<sup>23</sup> Framför allt gäller det domännamn som består av ett känt varumärke då den Internetanvändare som känner till de varor märket representerar får samma associationer som utanför den digitala världen. Även ursprungs-, individualiserings- och garantifunktionerna torde kunna återfinnas hos ett domännamn.<sup>24</sup>

1 § VML anger att ett varumärke är ett särskilt kännetecken som är avsett att identifiera en vara eller tjänst som tillhandahålls i näringsverksamhet. Att allt som kan verka särskiljande också kan utgöra kännetecken är lagstiftarens utgångspunkt.<sup>25</sup> Första paragrafens andra stycke innehåller en uppräkningslista (som dock inte är uttömmande) över vad som kan utgöra ett varumärke: ord, inbegripet personnamn, figurer, bokstäver, siffror och dessutom även formen eller utstyrseln på en vara eller dess förpackning. En förutsättning är att det handlar om tecken som kan särskilja varor i en näringsverksamhet från sådana som tillhandahålls i en annan näringsverksamhet. Firma är den benämning under vilken en näringsidkare driver sin verksamhet enligt 1 § FL. Medan varumärket symboliserar en viss näringsidkares varor symboliserar firman själva rörelsen.<sup>26</sup> Med firma avses endast det fullständiga namnet på rörelsen; sekundärt kännetecken kan däremot vara alla typer av objekt, t.ex. bokstäver, ord, siffror och figurer.<sup>27</sup>

När det gäller relationen mellan domännamn och varumärken är det främst ordmärken som aktualiseras. Även om Internet är globalt finns det inget som hindrar att allmänna regler om kännetecken kan appliceras. Idag framstår det som i det närmaste självklart att domännamn kan utgöra

---

<sup>19</sup> Kocktvedgaard, Mogens & Levin, Marianne, *Lärobok i immaterialrätt*, 6 uppl., Stockholm 2000, s. 318 f.

<sup>20</sup> Kocktvedgaard & Levin, a.a. s. 318 f.

<sup>21</sup> Bernitz, Ulf, *Immaterialrätt*, 6 uppl., Stockholm 1998, s. 165.

<sup>22</sup> Kocktvedgaard & Levin, a.a. s. 371 f., Bernitz, a.a. s. 165.

<sup>23</sup> Heveus, a.a. s. 34.

<sup>24</sup> Heveus, a.a. s. 34.

<sup>25</sup> Kocktvedgaard & Levin, a.a. s. 320.

<sup>26</sup> Bernitz, a.a. s. 160.

<sup>27</sup> Bernitz, a.a. s. 203.

varumärke under förutsättning att namnet innehar särskiljningsförmåga.<sup>28</sup> Det innebär också att användning av domännamn som är förväxlingsbart med annans registrerade eller inarbetade kännetecken kan utgöra intrång i dennes känneteckensrätt.<sup>29</sup>

### 3.2.1 Kravet på särskiljningsförmåga

Eftersom användning av domännamn kan utgöra känneteckensanvändning måste domännamnet för att inte riskera att göra intrång i någon annans känneteckensrätt ha distinktivitet. Detta innebär att domännamnet måste skilja sig från och inte vara *förväxlingsbart* med någon annans kännetecken vilket följer av 4 § VML, 3 § FL. *Särskiljningsförmåga* är således ett krav både för inarbetning som kännetecken (indirekt 2 § VML, 2 § FL) och för registrering enligt 13 § 1 st. VML, 9 § FL. Ett märke som uteslutande eller endast med mindre ändring anger varans art, beskaffenhet, mängd, användning, pris eller geografiska ursprung skall inte anses ha särskiljningsförmåga heter det i 13 § 1 st. VML. Språkets vanliga ord skall därmed inte utan vidare kunna förbehållas en enskild näringsidkare och monopoliseras som hans varumärke.<sup>30</sup> Motsvarande gäller i stort även firmor; en firma kan dock vara verksamhetsbeskrivande såvida det finns särskiljande element.<sup>31</sup> Som domännamn kan emellertid i princip vilka vanliga ord som helst registreras. Av detta följer att även om domännamn fungerar som kännetecken och under vissa förutsättningar även uppfyller kraven för att få skydd som varumärke och/eller firma, handlar det inte om ett för domännamn heltäckande skydd.

### 3.2.2 Geografiskt ursprung

Geografiska indikationer i samband med domännamn har de senaste åren diskuterats livligt. Varumärkesrättsligt gäller att ett geografiskt namn inte utan vidare kan användas som individualiserande och identifierande kännetecken för en viss näringsidkares specifika vara.<sup>32</sup> Ett varumärke som uteslutande eller endast med mindre ändring anger varans geografiska ursprung anses inte särskiljande enligt 13 § 1 st. VML. Detsamma gäller en firma som enbart består av allmänt brukat Ortsnamn, 9 § 2 st. FL. Om varumärket/firman är ägnat att verka vilseledande beträffande t.ex.

---

<sup>28</sup> Lundberg, Johan, *Internet, domännamn och svensk rätt*, Uppsala 1997, s. 91 f, Heveus, a.a. s. 43, Carlén-Wendels, a.a. s. 160.

<sup>29</sup> Numera finns även svensk praxis som visar att domännamnsanvändning kan utgöra känneteckensintrång. I mål nr T 202-00 Stenungsunds Tingsrätt, dom avkunnad 2001-01-17, stämde Scandinavian Car Tuning HB (SCT) av Volvo eftersom företaget använde sig av domännamnet [www.volvo-tuning.com](http://www.volvo-tuning.com) för sin webbplats. SCT sålde reservdelar till äldre Volvobilar på Internet under detta domännamn. Tingsrätten förbjöd SCT att använda varumärket Volvo i sitt domännamn för webbplats avseende försäljning och/eller service hänförlig till personbilar.

<sup>30</sup> Koktvedgaard & Levin, a.a. s. 324 f.

<sup>31</sup> Bernitz, a.a. s. 204, Carlén-Wendels, a.a. s. 130.

<sup>32</sup> Holmqvist, Lars, *Varumärkens särskiljningsförmåga*, Stockholm 1999, s. 312.

geografiskt ursprung är detta också ett registreringshinder, 14 § 1 st. 2 p. VML, 10 § 1 st. 3 p. FL.

Vissa rättsordningar, däribland den franska, urskiljer en undergrupp *ursprungskännetecken* (appellations d'origine), som ges ett särskilt starkt skydd.<sup>33</sup> De pekar ut en produkt som kommande från en viss region, men inte från en viss näringsidkare i detta område och beteckningarna kan därför inte användas som varumärken. Exempel på sådana varor är champagne och bordeaux. Var gränsen går mellan ursprungsbeteckningar och generiska beteckningar ankommer det på nationell rätt att bestämma.<sup>34</sup>

Vissa geografiska ord anses inte beteckna ett geografiskt ursprung däribland namn på berg och floder samt namn på mindre kända orter utomlands, exempelvis Mont Blanc, Niagara och Chesterfield.<sup>35</sup> Geografiska ord av detta slag kan således vara registrerbara som varumärken/firma. Vad gäller domännamn har det diskuterats, bl.a. i Interim Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process, om man bör införa en lista över geografiska indikationer och ursprungskännetecken som inte skall gå att registrera i de öppna toppdomänerna. Nackdelarna anser man dock vara större än fördelarna, främst eftersom en definitiv, uttömmande lista inte existerar och då den enbart skulle fungera i förhållande till de nya toppdomäner där inga registreringar ännu gjorts.<sup>36</sup> Geografiska namn har hittills registrerats tämligen fritt som domännamn i de öppna toppdomänerna. Då de flesta sådana domännamn inte kan få varumärkes- eller firmaskydd återkommer jag till dessa i ett separat senare kapitel.

### 3.2.3 Rekvisiten användning och näringsverksamhet

Ensamrätt till varukännetecken<sup>37</sup> gäller *användning* av kännetecknet som beteckning på varor och tjänster som tillhandahålls i *näringsverksamhet*. Själva *registreringen* av ett domännamn utgör inte användning i varumärkeslagens mening och det handlar därmed inte heller om intrång om man enbart registrerat annans kännetecken som domännamn.<sup>38</sup> Dock torde kraven på användning i övrigt vara ganska lågt ställda,<sup>39</sup> men eftersom det också finns ett krav på att användningen skall ske i näringsverksamhet omfattas inte användning för rent ideella ändamål.<sup>40</sup>

---

<sup>33</sup> Bernitz a.a s. 244.

<sup>34</sup> Levin, Marianne, *Made in Sweden*, Stockholm 1990 s. 17.

<sup>35</sup> Chesterfield Manufacturing Corporations ansökan om att få registrera Chesterfield som varumärke för sportkläder avlogs av Patent- och registreringsverket samt Patentbesvärshöfdingen. Regeringsrätten undanröjde dock de bägge besluten (RÅ 1985 Ab 8).

<sup>36</sup> Interim Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process, paragraf 215 ff.

<sup>37</sup> Varukännetecken används som en beteckning både för registrerbara och icke-registrerbara typer av tecken. Bernitz, a.a s. 168.

<sup>38</sup> Lindberg, Agne & Westman, Daniel, *Praktisk IT-rätt*, 3 uppl, Stockholm 2001, s. 314, Lundberg, a.a. s. 92.

<sup>39</sup> Pawlo, Mikael, *Domännamnens juridiska status*, NIR nr 2/98 s. 149.

<sup>40</sup> Linberg & Westman, a.a. s. 315.

När det gäller företags passiva webbsidor, vilka huvudsakligen syftar till marknadsföring och information om företaget och dess produkter, har det diskuterats om sådana sidor kan anses som tjänst i varumärkeslagens mening. Frågan gäller med andra ord om domännamnet anses som ett kännetecken för de varor och tjänster som tillhandahålls på webbsidan. Webbsidor som det här handlar om kan erbjuda exempelvis näthandel, portaler eller ren information. Det råder viss osäkerhet om vad som gäller, men det mesta talar för att man skall se domännamnet som ett sätt att identifiera webbtjänsten och skilja den från motsvarande tjänster från andra företag och att det därmed handlar om varumärkesanvändning.<sup>41</sup> Varumärkeslagen uppställer inga krav på att varumärket måste appliceras på själva varan/tjänsten för att det skall röra sig om varumärkesanvändning, utan det räcker med att kunna konstatera att domännamnet inte bara identifierar själva webbplatsen, utan i förlängningen också de tillhandahållna eller marknadsförda varorna/tjänsterna.<sup>42</sup>

### 3.2.4 Skyddets uppkomst genom registrering respektive inarbetning

Ensamrätt till ett varumärke eller en firma kan uppstå på två sätt; genom registrering enligt 1 § 1 st. VML, 2 § FL alternativt enbart genom inarbetning vilket följer av 2 § 1 st. VML, 2 § FL. Ett domännamn som inte är registrerat som varumärke eller firma kan således även vinna självständigt skydd, såvida kraven för inarbetning är uppfyllda. Den del av domännamnet som kan komma att inarbetas är namnet som sådant alternativt namnet tillsammans med toppdomänen.<sup>43</sup> Toppdomänerna, vare sig de är generiska eller nationella, kan inte i sig inarbetas och skulle hos PRV kräva disclaimer<sup>44</sup> vid varumärkesregistrering av domännamnet.<sup>45</sup> En förutsättning för registrering eller inarbetning är att domännamnet verkligen ses som ett kännetecken och inte bara som en adress. Konsumenten måste koppla samman domännamnet med de varor eller tjänster som tillhandahålls på webbplatsen och inte bara se de kännetecken som de specifika varorna eller tjänsterna har. VML stadgar i 2 § 2 st. att ett kännetecken skall anses inarbetat om det här i landet inom en betydande del av den krets till vilken det riktar sig är känt som beteckning för de varor som tillhandahålls under kännetecknet. Det firmarättsliga inarbetningsskyddet uppstår enligt samma förutsättningar, 2 § 3 st. FL. Skyddet föreligger normalt bara mot förväxlingsbara kännetecken som representerar varor och tjänster av samma slag, 6 § 1 st. VML, men då det handlar om väl ansedda varumärken gäller förväxlingsbarheten utöver varuslagslikhet under vissa förutsättningar angivna i samma paragrafs andra stycke. Även här gäller samma sak för

---

<sup>41</sup> Carlén-Wendels, a.a. s. 160, Lindberg & Westman, a.a. s. 314. Se också not 29 om mål nr T 202-00 i Stenungsunds Tingsrätt angående användningen av domännamnet [www.volvo-tuning.com](http://www.volvo-tuning.com).

<sup>42</sup> Carlén-Wendels, a.a. s. 160, Lindberg & Westman, a.a. s. 314 f.

<sup>43</sup> Pawlo, *Domännamnets juridiska status*, s. 148.

<sup>44</sup> Med disclaimer menas möjligheten att utesluta vissa element från skydd enligt 15 § VML.

<sup>45</sup> Pawlo, *Domännamnets juridiska status*, s. 148.

firma, 6 § FL. Inarbetning av domännamn som varumärke sker främst för den specifika vara eller tjänst för vilken domännamnet används; möjligen även i klassen telekommunikation.<sup>46</sup> Det kan eventuellt vara möjligt att inarbeta alternativt registrera ett domännamn endast för användning på Internet, men det lär knappast vara vanligt förekommande, då en näringsidkare normalt inte bara önskar skydd i den digitala världen.<sup>47</sup>

En näringsidkare som etablerar sig på Internet under ett domännamn som inte anses särskiljande nog för varumärkes- eller firmaregistrering kan alltid driva sin webbsida utan känneteckensrättsligt skydd för att inarbeta kännetecknet och sedan eventuellt nå registrerbarhet. Internettjänsterna Passagen<sup>48</sup> och Torget<sup>49</sup> är exempel på siter som under en längre tid existerat utan känneteckensrättsligt skydd. Både passagen och torget är ord som saknar särskiljningsförmåga och som skulle anses alltför allmänna för att erhålla registrering. Med tiden kan dock även vanliga generiska ord få en annan, överförd betydelse, s.k. ”secondary meaning” inom ett visst område. De bägge siterna Passagen och Torget bör därmed idag ha namn som kan anses som inarbetade kännetecken och kan därmed möjligtvis erhålla registrering om de skulle ansökt nu.

### 3.2.5 Risk för degeneration – amazon.com

Degeneration innebär att ett särskiljande kännetecken utvecklas till en allmän eller generisk beteckning för det varuslag som märket tidigare skyddat för.<sup>50</sup> Det drabbar oftast mycket starkt inarbetade och därmed också värdefulla varumärken. På en ny marknad inträffar degeneration lättare, då den som blir marknadsledande också blir införlivad i språket för att beskriva den nya företeelsen.<sup>51</sup> Det finns en uppenbar risk för att degenerering håller på att drabba den amerikanska Internetbokhandeln amazon.com.<sup>52</sup> Företaget blev på kort tid en av de större bokhandlarna i USA och lade ner enorma summor på marknadsföring vilket resulterat i hög kännedom om deras varumärke och domännamn, amazon.com. Degenerationsproblemet är störst i engelskspråkiga länder<sup>53</sup> och för varumärkesinnehavaren är det svårt att motverka en degeneration, särskilt på ett globalt nät. Varumärkesinnehavaren inser inte heller alltid nackdelen med att varumärket blir för känt. Det kan gå så långt att folk tänker på amazon när de vill beställa en bok på nätet och då riskerar namnet att bli en del av språket och därmed förlora sin särskiljningsförmåga. Degenerering innebär emellertid inte att en varumärkesinnehavare tappar rätten till sitt domännamn, degeneration rör endast själva varumärket. Dock kan var och en använda ett degenererat varumärke och därmed också domännamnet,

---

<sup>46</sup> Pawlo, *Domännamnets juridiska status* s. 149.

<sup>47</sup> Pawlo, *Domännamnets juridiska status* s. 150.

<sup>48</sup> [www.passagen.se](http://www.passagen.se).

<sup>49</sup> [www.torget.se](http://www.torget.se).

<sup>50</sup> Koktvedgaard & Levin, a.a. s. 368.

<sup>51</sup> Pawlo, *Domännamnets juridiska status* s. 152.

<sup>52</sup> Pawlo, *Domännamnets juridiska status* s. 151.

<sup>53</sup> Koktvedgaard & Levin, a.a. s. 369.

vilket medför att vem som helst kan registrera namnet under en annan toppdomän utan att rör sig om intrång.

### 3.3 Registrering av varumärke/firma som domännamn

Eftersom ett domännamn utan tvivel fungerar som kännetecken vill den som innehar en varumärkes- och/eller firmaregistrering i många fall också registrera varumärket/firman som domännamn.

#### 3.3.1 Under .se-domänen<sup>54</sup>

För registrering direkt under toppdomänen .se krävs att det rör sig om ett verksamhetsnamn med anknytning till Sverige som återspeglar verksamhetens namn såsom det är angivet på registreringsbeviset.<sup>55</sup> Så länge firman alternativt varumärket också är namnet på verksamheten, ställer detta inte till några problem. Rör det sig däremot om ett varumärke rörande en viss produkt eller tjänst som inte lyder som företagsnamnet, tillåts enbart registrering under huvuddomänen .tm.<sup>56</sup> Kännetecknet skall dessutom vara registrerat hos PRV *alternativt* vara internationellt kännetecken skyddat enligt Madridprotokollet samt ha en i Sverige lagakraftvunnen registrering *alternativt* vara registrerat EG-märke som vunnit laga kraft i Sverige.<sup>57</sup>

#### 3.3.2 Under generiska toppdomäner

För registrering av ett domännamn under någon av de öppna toppdomäner som lyder under ICANN:s tvistlösningspolicy Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy, däribland .com, krävs bl.a. ett intygande om att registreringen så vitt ansökaren vet inte kränker tredje mans rätt samt att registreringen inte görs i ett icke-legitimt syfte.<sup>58</sup> Någon förhandskontroll sker dock inte utan den som ansöker måste själv ansvara för att domännamnet inte gör intrång i eller kränker någon annans rätt.<sup>59</sup> Utgångspunkten för UDRP är att policyn skall skydda från missbruk av annans varumärke. Policyn ställer upp tre krav för en fällande ”dom”:

- (i) domännamnet ifråga måste vara identiskt eller förväxlingsbart med ett kännetecken klaganden har rätt till,
- (ii) innehavaren måste själv sakna rätt till eller legitimt intresse att använda namnet,

---

<sup>54</sup> Detta delkapitel baseras på gällande regelverk utan hänsyn till de troliga förändringar som kommer att genomföras under innevarande år, se <http://ndr.iis.se>.

<sup>55</sup> DomännamnsRegler i Sverige, regel B.

<sup>56</sup> DomännamnsRegler i Sverige, regel G.

<sup>57</sup> DomännamnsRegler i Sverige, regel I.

<sup>58</sup> UDRP paragraf 2.

<sup>59</sup> UDRP paragraf 2.

(iii) domännamnet skall ha registrerats och använts i ond tro.<sup>60</sup>

Den som utan egen rätt registrerar annans varumärke som domännamn har inga större chanser att få behålla det. UDRP har visat sig vara ett tämligen effektivt medel mot missbruk av annans varumärke. Däremot är UDRP i sin nuvarande form inte tillämplig på firmanamn.<sup>61</sup> Firmanamn skyddas mot illojal registrering under förutsättning att det finns en bakomliggande varumärkesrätt och WIPO konstaterar i den slutliga rapporten till den andra processen att man inte vill göra någon rekommendation om att utvidga UDRP:s tillämpningsområde till att omfatta även övriga firmanamn.<sup>62</sup>

### 3.3.3 Allmänt

För att få rätt till ett domännamn räcker det inte alltid med att visa rätt till varumärket med samma namn. I många fall kan det finnas flera legitima innehavare av ett och samma kännetecken och det kan uppstå konflikter. Samma eller förväxlingsbara kännetecken kan finnas registrerade och/eller inarbetade för olika typer av varor eller branscher, både inom samma land och mellan olika länder. Som exempel kan nämnas Always som är ett registrerat varumärke i flera klasser bara i Sverige vilket innebär att det kan finnas många rättmätiga innehavare till varumärket som har lika stark rätt till domännamnet. Enligt sedvanlig känneteckensrätt ges företräde till den som kan visa tidigast rättsgrund (7-9 §§ VML, 7-8 §§ FL). När det gäller domännamnet gäller dock inte vem som först haft rätt till det bakomliggande kännetecknet utan vem som först ansökt om registrering av domännamnet. Vad gäller toppdomänen .se framgår det av regel E att registreringsenheten tillämpar ”först-till-kvarn”-principen och så gäller även på många andra håll. UDRP som ju bara omfattar varumärke och inte firma, är huvudsakligen inriktad på ”name-napping”<sup>63</sup> och något sätt att lösa tvister mellan flera legitima innehavare av ett varumärke finns ej, annat än att det gäller att komma först. UDRP är skapad för och skall tillämpas på okomplicerade fall där den ena parten har rätten på sin sida och den andra helt saknar rätt eller legitimt intresse.<sup>64</sup>

---

<sup>60</sup> UDRP paragraf 4 a (i)-(iii).

<sup>61</sup> Final Report of the WIPO Internet Domain Name Process paragraf 165 ff.

<sup>62</sup> Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process paragraf 318.

<sup>63</sup> Registrering av annans kännetecken som domännamn, ofta i det illojala syftet att sälja det till den rättmätige känneteckensinnehavaren.

<sup>64</sup> Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process paragraf 318 (iii).



# 4 Personnamn

## 4.1 Inledning

I FN:s deklaration om de mänskliga rättigheterna stadgas att alla människor är födda fria och lika i värde och rättigheter, att envar har rätt till personlig utveckling och att överallt erkännas som person i lagens mening.<sup>65</sup> För att identifiera en människa är personnamnet mycket viktigt, för att inte säga helt avgörande. Personnamn används i den dagliga kommunikationen människor emellan och namnet är vid sidan av en människas röst och utseende en stor del av den personliga identiteten. Varje människas karaktärsdrag förknippas med hans eller hennes namn och det är vanligt att ett personnamn ger starka associationer till vad individen står för och vad hon har för kvaliteter. Detta gäller inte minst kända personer och de senaste åren har en rad fall dykt upp där personer i olovligt syfte registrerat s.k. kändisars namn som domännamn för att locka Internetanvändare till sina webbsidor alternativt med avsikt att sälja domännamnet till den ”rättmätiga” ägaren. Att försöka utnyttja en känd persons namn är i och för sig ingen ny företeelse utan det har sedan länge funnits i den ickevirtuella världen. Internets genomslagskraft och gränslösa natur tillsammans med den låga kostnaden för att registrera ett domännamn gör emellertid det enkelt för någon med olovligt syfte att få uppmärksamhet för och dra nytta av någon annans personnamn. Kända personers namn utnyttjas olovligen också på webbsidor, men de Internetrelaterade problemen kan nog sägas vara störst vad gäller domännamn. Då DNS är ett navigeringssystem som i sig självt betonar vikten av ett bra namn, fungerar naturligtvis personnamn utmärkt som attraktiva domännamn.<sup>66</sup>

## 4.2 Svensk lagstiftning

Personnamn som sådana skyddas sällan fullständigt av lagen, även om många rättsordningar medger visst lagligt skydd för personnamn. Rätten att skydda den personliga identiteten fokuserar på rätten för en individ att få använda sitt eget namn och hindra annans olovliga kommersiella användning. I Sverige tar Brottsbalkens bestämmelser om ärekränkning och förtal i 5 kap sikte på att skydda en människas rykte och goda namn, medan Namnlagen finns för att under vissa omständigheter skydda själva namnet.

### 4.2.1 Namnlagen

Namnlagens 20-23 §§ innehåller ett antal bestämmelser som är avsedda att ge särskilt skydd åt egenartade efternamn. Med egenartade namn menas

---

<sup>65</sup> Artiklarna 1, 6 och 22.

<sup>66</sup> Interim Reoprt of the Second WIPO Internet Domain Name Process, paragraf 139.

efternamn som är ägnat att utmärka tillhörigheten till viss släkt (20 § 3 st. NamnL). Det handlar således om att ge släktnamn med särskild individualiseringsförmåga ett skydd mot obehörig användning.<sup>67</sup> Om ett namn är vanligt innebär det att individualiseringsförmågan oftast är låg. Skyddsintresset kommer därför främst i fråga när enbart en släkt bär namnet, men det kan också föreligga då namnet ger association till ett begränsat antal släkter.<sup>68</sup> Har någon förvärvat ett egenartat namn får detta namn, eller ett namn som lätt kan förväxlas därmed, endast användas av någon annan om denne enligt denna lag kan åberopa rätt till namnet eller om han eller hon eller släkten av ålder eller ortens sed burit det som tillnamn (20 § 1 st. NamnL).

NamnL ger i 20 § 2 st. egenartade släktnamn skydd mot obehörig användning som firma, varumärke eller annat kännetecken som lätt kan förväxlas med namnet. Skyddet kan dock förloras genom passivitet: om någon inarbetat en varumärkes- eller firmarätt till ett visst namn och någon annan har äldre rätt måste den rättmätige innehavaren inom rimlig tid invända mot användningen. Om så inte sker kan namnet användas utan hinder av vad som föreskrivs i 20 §. Förutsättningarna för skydd mot att namnet nyttjas som varumärke, firma eller annat kännetecken enligt 20 § 2 st. är dock att det rör sig om *användning* och att denna sker i *näringsverksamhet*. Lagen specificerar inte närmare vad som menas med dessa rekvisit, men precis som när det gäller varumärkes- respektive firmaintrång (jfr. kapitel 3.2.3 ovan), torde de flesta typer av namnintrång kunna begås med hjälp av Internet.<sup>69</sup> Eftersom domännamn kan fungera mycket väl som kännetecken finns det ingenting som hindrar att domännamn ses som ”annat kännetecken” i Namnlagens mening.

#### 4.2.2 Varumärkes- och firmalagarna

Även varumärkes- och firmalagarna kan ge domännamn bestående av släktnamn ett visst skydd.

Varumärkeslagen ger i 3 § en släktnamnsinnehavare rätt att i näringsverksamhet använda sitt namn som kännetecken för sina varor såvida detta sker i enlighet med god affärssed. Likaså ges ett skydd mot att andra obehörigen använder släktnamnet som varukännetecken. Släktnamnet behöver inte ha registrerats eller inarbetats som varumärke, utan skyddet uppkommer automatiskt.<sup>70</sup> Detta kan sägas innebära en principiell rätt till s.k. naturliga kännetecken, även om regeln inte ger något absolut tillstånd att nyttja eget namn som varukännetecken.<sup>71</sup> Släktnamnslikhet kan också utgöra registreringshinder enligt 14 § 1 st. 4 p. VML, där det anges att ett

---

<sup>67</sup> Ahlqvist, Fredrik, *Släktnamnshindret i svensk varumärkesrätt*, IFIM Gröna serien 82/1995, s. 60.

<sup>68</sup> Ahlqvist, a.a. s. 60.

<sup>69</sup> Bogdan, Michael, *Något om namnintrång på det gränslösa nätet*, Festskrift till Gunnar Karnell, Stockholm 1999, s. 70 f.

<sup>70</sup> Bernitz, a.a. s. 184.

<sup>71</sup> Koktvedgaard & Levin, a.a. s. 362.

varumärke inte får registreras om det innehåller eller består av något som är ägnat att uppfattas som annans släktnamn. Innehavaren av ett personnamn kan få det egna namnet registrerat som varumärke (1 § 2 st. VML), men detta förutsätter precis som för alla andra skyddade kännetecken att namnet innehar särskiljningsförmåga.

Även Firmalagen stadgar i 4 § 1 st. att en näringsidkare utan registrering eller inarbetning får använda sitt släktnamn som näringskännetecken.<sup>72</sup> Detta under förutsättning att släktnamnet inte är ägnat att framkalla förväxling med annans skyddade närings- eller varukännetecken. 2 st. samma lagrum stadgar att inom det område där näringsidkare använder sitt släktnamn får annan ej använda ett med namnet förväxlingsbart kännetecken. Skyddet omfattar enligt 5 § FL även ett skydd för näringsidkares efternamn som potentiell firma.<sup>73</sup> Den som innehar ett namn med individualiseringsförmåga och därtill använder detta namn som näringskännetecken får visserligen inte ensamrätt till namnet, men kan ändå hindra annan som senare vill använda samma namn som sin firma.<sup>74</sup>

### **4.3 Registrering av personnamn som domännamn under .se-domänen**

Den som vill registrera ett personnamn under .se-domänen, måste göra detta under huvuddomänen .pp.se och möjligheten står endast öppen för privatpersoner.<sup>75</sup> Vid registrering av domännamn för företag och dylikt som registreras direkt under .se-domänen, ställs det som villkor att verksamhetsnamnet skall återspeglas i domännamnet.<sup>76</sup> Motsvarande krav på relation mellan personnamnet och individen i fråga saknas vad gäller registrering under .pp.se. Missbruket av annans personnamn genom att registrera detta som domännamn har hittills inte varit något direkt problem i Sverige. Detta beror sannolikt på att det inte är så attraktivt att använda sig av ett domännamn under huvuddomänen .pp.se. Missbruk har därför främst uppmärksamats vad gäller registreringar under någon av de generiska toppdomänerna, särskilt .com.

### **4.4 Personnamnsproblematiken under generiska toppdomäner**

Flera fall har avgjorts av WIPO under UDRP som rört rätten till personnamn som domännamn. Utgångspunkten för UDRP var som tidigare nämnts att policyn skulle skydda från missbruk av annans varumärke. Att även andra typer av kännetecken kan behöva skydd från den fria domännamnsregistreringen stod tidigt klart.

---

<sup>72</sup> Firma och sekundärt kännetecken kallas enligt 1 § 3 st. FL för näringskännetecken.

<sup>73</sup> Koktvedgaard & Levin, a.a. s. 374.

<sup>74</sup> Koktvedgaard & Levin, a.a. s. 374.

<sup>75</sup> DomännamnsRegler i Sverige, regel R.

<sup>76</sup> DomännamnsRegler i Sverige, regel B.

I WIPO:s Interim Report<sup>77</sup> som föregick den andra Internetprocessens slutliga rapport<sup>78</sup> redogörs för massmedias utveckling vilken medfört ett ökat kommersiellt utnyttjande av kända personers namn.<sup>79</sup> Det konstateras vidare att det under vissa omständigheter skall finnas ett lagligt skydd mot otillåten kommersiell användning av kända personers identitet och att de drabbade i sådana fall också skall kunna få ekonomisk ersättning. Dock gäller detta skydd endast de kända personer vars namn skyddas som registrerat eller inarbetat varumärke. I den slutliga rapporten fastslås att personnamnet som en potentiell tillgång kan skyddas genom att namnet registreras som varumärke.<sup>80</sup> En förutsättning för att kunna registrera ett personnamn som varumärke är att detta, liksom alla andra varumärken som skyddas av lagstiftningen, innehar särskiljningsförmåga.<sup>81</sup> UDRP kan och bör idag endast tillämpas för att skydda personnamn så länge namnet i fråga också är ett varumärke.<sup>82</sup> UDRP kräver inte att det rör sig om ett registrerat varumärke utan det kan även vara ett inarbetat sådant (common law trademark rights).<sup>83</sup> Om ett namn skall anses inarbetat beror på om personen ifråga har erhållit sådant skydd där han eller hon är bosatt. Utanför UDRP:s tillämpningsområde faller personnamn som tillhör vanliga människor och som inte innehar särskiljningsförmåga.<sup>84</sup> Vidare faller vissa kategorier av mer eller mindre kända personer utanför UDRP trots att deras namn fungerar individualiserande. Det rör sig till exempel om politiker, religiösa ledare eller historiska personer som inte använt sina respektive namn kommersiellt. För varumärkesskydd, såväl genom registrering som inarbetning, krävs som bekant att namnet används i näringsverksamhet.

Nedan följer en kortfattad redogörelse för fyra avgjorda skiljeförfarande under UDRP.

#### **4.4.1 Madonna.com<sup>85</sup>**

Svaranden Dan Parisi utvecklade webbsidor och hade köpt domännamnsregistreringen madonna.com 1998. Samma år hade han också registrerat varumärket Madonna i Tunisien. Klaganden, artisten Madonna, pekade på att det omtvistade domännamnet var identiskt med hennes registrerade och inarbetade varumärke Madonna. Panelen kom fram till att svaranden misslyckats med att förklara varför han valt namnet madonna som domännamn samt att hans varumärkesregistrering i Tunisien enbart existerade eftersom han ville skydda sitt domännamn.

---

<sup>77</sup> Interim Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process, publicerad 010412.

<sup>78</sup> Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process, publicerad 010903.

<sup>79</sup> Interim Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process, paragraf 148 f.

<sup>80</sup> Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process, paragraf 177.

<sup>81</sup> Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process, paragraf 177.

<sup>82</sup> Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process, paragraf 179.

<sup>83</sup> Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process, paragraf 182.

<sup>84</sup> Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process, paragraf 188.

<sup>85</sup> Madonna Ciccone, p/k/a Madonna v. Dan Parisi and "Madonna.com", WIPO Case No. D2000-0847.

Även om madonna är ett vanligt ord i engelskan ansåg panelen att rekvisiten var uppfyllda. Att domännamnet var identiskt/förväxlingsbart med klagandens kännetecken var otvistigt. Svaranden ansågs också sakna egen rätt till namnet och trots att han inte själv registrerat namnet hade han förvärvat det i ond tro. Domännamnet flyttades över till klaganden.

#### **4.4.2 Juliaroberts.com<sup>86</sup>**

I detta fall hade klaganden – den kända skådespelerskan Julia Roberts – inte något registrerat varumärke, utan hävdade inarbetning (common law trademark rights) till namnet ”Julia Roberts”. Det omtvistade domännamnet var inte det enda domännamn svaranden registrerat, även domännamn som alpacino.com och madeleinstowe.com var svaranden innehavare till.

Panelen hade inga större svårigheter att visa att rekvisiten var uppfyllda. Domännamnet var identiskt med klagandens inarbetade varumärke och innehavaren saknade egen rätt till domännamnet och hade inte heller fått något tillstånd från varumärkesinnehavaren att använda namnet. Domännamnet var också registrerat och använt i ond tro, då det hindrade varumärkesinnehavarens användning av sitt namn. Därtill hade svarande bjudit ut namnet till försäljning på en kommersiell webbsida. Domännamnet flyttades över till klaganden.

#### **4.4.3 Bruce Springsteen.com<sup>87</sup>**

Omständigheterna i förevarande mål påminner mycket om juliaroberts.com-målet, men panelen kom här till en helt annan slutsats. Klaganden, den kände musikern Bruce Springsteen hade inte varumärkesregistrerat sitt namn, men menade att namnet borde vara skyddat genom inarbetning (common law trademark rights) och hänvisade till vad som gällt för Julia Roberts. Svaranden, Russell Burgar, hade registrerat ca 1500 namn som domännamn varav flera gick till Burgars webbsida celebrity1000.com.

Vad gällde det första rekvisitet om identitet mellan domännamnet och ett kännetecken klaganden är innehavare till menade panelen att det verkade finnas en etablerad princip från fall som juliaroberts.com m.fl. som skulle gå ut på att mycket kända personers namn kunde förvärva en distinkt ”secondary meaning”. Denna princip skulle ge namnet rättigheter motsvarande ett varumärkes som genom inarbetning erhållit särskiljningsförmåga (jfr. kapitel 3.2.4 ovan). Panelen ansåg att det inte alls framgick av UDRP att personnamn skulle kunna skyddas på detta sätt. Dock undvek panelen att avgöra om rekvisitet var uppfyllt då man konstaterade att klaganden misslyckats med att visa att de två följande rekvisiten var

---

<sup>86</sup> Julia Fiona Roberts v. Russell Boyd, WIPO Case No. D2000-0210.

<sup>87</sup> Bruce Springsteen v. Jeff Burgar and Bruce Springsteen Club, WIPO Case No. D2000-1532.

uppfyllda. Svaranden ansågs ha legitim rätt till namnet då han inte av kommersiella skäl försökt vilseleda Internetanvändare.<sup>88</sup> Panelen menade inte heller att Burgar handlat i ond tro eftersom han inte försökt sälja domännamnet till Springsteen samt att Springsteen inte hindrats från att använda sitt namn då den officiella webbsidan fanns under brucepringsteen.net. Inga bevis på registrering eller användning i ond tro fanns således och panelens åsikt var att tidigare paneler alltför lättvindigt tyckt att registreringen av ett domännamn hindrade varumärkesinnehavarens användning av namnet. Att som i juli roberts.com påstå att svaranden saknade relation till, alternativt tillstånd från, klaganden och därmed även rätt till att använda namnet är totalt irrelevant menade panelen. Det är fullt möjligt att ha en egen rätt till domännamnet utan tillstånd från varumärkesinnehavaren och Internetanvändare förväntar sig inte att alla webbsidor med samma namn som någon känd person har något egentligt samre med denna person. Domännamnet flyttades inte över.

#### 4.4.4 Sting.com<sup>89</sup>

Även i Sting.com misslyckades klaganden med att få namnet överfört till sig. Svaranden var här en amerikansk man vid namn Michael Urvan som redan 1995 registrerat sting.com då han använde sig av Sting som smeknamn på Internet. Artisten Sting menade att domännamnet var identiskt/förväxlingsbart med hans inarbetade varumärke, att Urvan inte hade någon legitim rätt till namnet och att domännamnet var registrerat och användes i ond tro. Sting hade ingen registrerad varumärkesrätt och frågan var om det räckte med att vara känd under ett namn för att kunna hävda rätt till ett domännamn, trots att namnet inte ansågs kunna få skydd som varumärke.

Till skillnad från andra tvister som rör personnamn är namnet Sting ett vanligt ord i engelskan med flera betydelser och panelen ansåg därför inte att inarbetad varumärkesrätt kunde visas. Panelen ville inte heller utöka skyddet för personnamn till att gå utöver vad varumärkesskyddet erbjuder och svaret på frågan om det räcker med att vara känd under ett namn för att kunna hävda rätt till domännamnet är således nej. Eftersom det här inte rör sig om ett särskiljande namn utan ett generiskt ord är detta fall annorlunda än de tre andra och detta avgörande kom därför inte direkt att gå emot något tidigare på samma sätt som brucepringsteen.com. Panelen ansåg visserligen inte att svaranden hade någon egen legitim rätt till namnet genom användningen av Sting som smeknamn, men man menade att svarandens bevisade användning av namnet var relevant för att visa att ond tro inte förelegat. Klaganden hade således misslyckats med att visa att svaranden registrerat domännamnet i ond tro och domännamnet sting.com flyttades inte över.

---

<sup>88</sup> Svaranden hade visat att han hade legitim rätt till domännamnet då paragraf 4 c (iii) var uppfylld.

<sup>89</sup> Gordon Summer, k/k/a Sting v. Michael Urvan, WIPO Case No. D2000-0596.

#### 4.4.5 Sammanfattande kommentar

De redovisade fallen ovan visar att någon rätt att registrera sitt personnamn som domännamn under de generiska toppdomäner som lyder under UDRP inte ovillkorligen kan sägas finnas. Detta ligger helt i linje med vad WIPO kom fram till i den slutliga rapporten till den andra Internetprocessen. Där konstateras bland annat följande:

”The UDRP has proven to be a useful tool for giving expression to the protection of personal names where trademark rights exist in those personal names, where domain name holder has no right or legitimate interest and where there is evidence of bad faith in the registration and use of the domain name. However, it by no means affords comprehensive protection to personal names.”<sup>90</sup>

Rätten är således beroende av om namnet anses skyddat som varumärke. I enlighet med juliaroberts.com skulle det sakna betydelse om det rör sig om ett registrerat eller bara inarbetat varumärke (common law trademark rights). Panelen i brucesteen.com diskuterade kring personnamn och huruvida sådana överhuvudtaget kan jämföras med oregistrerade men inarbetade varumärken. Det kan därmed tyckas som om det skulle råda en betydande osäkerhet kring vad som i dagsläget gäller beträffande relationen personnamn/domännamn. WIPO medgav också i den andra WIPO-processens Interim Report att det kan ha funnits fall då beslutande paneler utsträckt tolkningen av policyn (UDRP) och fastställt att inarbetad varumärkesrätt förelegat, trots att få eller inga bevis, förutom att namnet är känt, presenterats för att visa att det verkligen rört sig om en användning i näringsverksamhet.<sup>91</sup>

Genom den slutliga rapporten menar jag dock att läget klarnat något vad gäller relationen mellan personnamn och domännamn under UDRP. Policyn skall tillämpas så att personnamn under vissa förutsättningar kan ses som varumärken även om de saknar registrering och att de då också skyddas av policyn.<sup>92</sup> Detta menar majoriteten, även om det också finns motståndare till denna tolkning och rapporten nämner som exempel Michael Fromkin, amerikansk juridikprofessor som är skiljeman i WIPO-avgöranden.<sup>93</sup> Just Fromkin var en av tre skiljemän i brucesteen.com-avgörandet. Detta kan förklara varför panelen i det målet kom till ett annat resultat än i andra liknande fall. Även om majoriteten således har enat sig om omfattningen av UDRP:s tillämpningsområde kvarstår det faktum att det är panelernas sammansättning som är utslagsgivande för vilka avgöranden som nås. Därmed råder fortfarande viss osäkerhet oavsett att WIPO uttalat att det finns en tämligen enhetlig uppfattning hur UDRP bör tolkas.

---

<sup>90</sup> Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process, paragraf 188.

<sup>91</sup> Interim Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process, paragraf 177.

<sup>92</sup> Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process, paragraf 179.

<sup>93</sup> Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process, paragraf 179.

WIPO rekommenderar inte i den slutliga processen att någon förändring vad gäller UDRP:s skydd av personnamn görs.<sup>94</sup> Det mest övertygande argumentet mot en utvidgning av UDRP:s tillämpningsområde är enligt rapporten det faktum att en internationell norm vad gäller skyddet av personnamn saknas och att skyddet på nationell nivå ser mycket olika ut i olika länder.<sup>95</sup> Idag gäller således att den som registrerat sitt personnamn som varumärke i princip också kan känna sig säker på att få sitt namn skyddat även som domännamn. För den som saknar sådan registrering kvarstår en viss osäkerhet huruvida användningen av personnamnet verkligen kan jämföras med en inarbetad varumärkesrätt.

---

<sup>94</sup> Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process, paragraf 202.

<sup>95</sup> Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process, paragraf 201.



# 5 Geografiska namn

## 5.1 Inledning

I föregående kapitel har jag redogjort för vilka förutsättningar som måste vara uppfyllda för att ett domännamn skall kunna skyddas som varumärke, firma eller personnamn. Det handlar därmed främst om ett bestående av en redan existerande rätt som även omfattar användningen av domännamn som kännetecken. I detta och nästföljande kapitel behandlas sådana typer av namn och ord som fungerar som kännetecken och som kan registreras som domännamn, men som inte har någon klar bakomliggande tillämplig lagstiftning. De olika grupperna av domännamn går, som tidigare konstaterat, i viss mån in i varandra vilket gör att framför allt varumärkeslagstiftningen även kan bli tillämplig här. Avsikten är dock att avgränsa det område som redan tidigare är skyddat för att om möjligt få fram någonting som kan vara del av en eventuell ”domännamnsrätt”.

I kapitlet om geografiskt ursprung (kapitel 3.2.2 ovan) har klarlagts att ensamrätt i form av varumärkes- eller firmaregistrering för geografiska namn principiellt inte kan erhållas. Orsaken är att den geografiska benämningen kan vara ursprungsangivande och då inte är särskiljande.<sup>96</sup> Saknas en koppling mellan den geografiska benämningen och varumärket kan märket istället komma att anses vilseledande. PRV accepterar sällan geografiska ord som världsdelar, länder, delar av länder, städer etc., medan namn på floder, berg och sjöar lättare accepteras som registrerbara varumärken då dessa knappast är ursprungsangivande för en viss vara.<sup>97</sup>

## 5.2 Allmänt om geografiska domännamn

Vad gäller domännamn har det de senaste åren uppkommit ett flertal tvister där geografiska namn registrerats som domännamn av privatpersoner eller kommersiella företag utan koppling till det geografiska namnet ifråga. Myndigheter från det aktuella geografiska området har protesterat mot detta då de ansett sig ha ensamrätt att använda områdets namn. Det konstateras i den andra WIPO-processens slutliga rapport att av ett antal undersökta domännamn med samma namn som städer och länder, var i princip samtliga domännamnsinnehavare privatpersoner eller företag som saknade anknytning till staden eller landet i fråga. Samma WIPO-process Interim Report rekommenderade att åtgärder skulle vidtas för att skydda geografiska indikationer i öppna toppdomäner och föreslog att detta skulle ske i form av ett utvidgande av UDRP:s tillämpningsområde.<sup>98</sup> Av kommentarerna till

---

<sup>96</sup> Levin Marianne, *Praktisk varumärkesrätt*, Stockholm 1998, s. 115.

<sup>97</sup> Ib.

<sup>98</sup> Interim Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process, paragraf 227.

denna rapport går dock att läsa att meningarna är delade om huruvida DNS verkligen bör skydda geografiska namn och i så fall på vilket sätt.

Ett problem internationellt sett är att bedöma vad som skall anses utgöra en geografisk term. Vissa länder identifierar sådana termer genom ett slags registreringssystem, andra genom att den geografiska termen kan registreras som varumärke och i åter andra länder avgör domstolar vad som enligt t.ex. sedvana skall anses som en geografisk term värd att skydda.<sup>99</sup> För att kunna avgöra vad som skall anses som en geografisk term i domännamssystemet skulle internationella normer rörande geografiska termer behövas och sådana saknas i dagens läge.

### **5.3 WIPO-avgöranden rörande geografiska domännamn**

Möjligheterna att registrera geografiska namn under .se-domänen är små, dels måste domännamnet avspegla verksamhetsnamnet, dels är namn på kommuner, landsting och landskap inte möjliga att registrera för andra än de berörda myndigheterna.<sup>100</sup> Istället är det under de öppna toppdomänerna det förekommit tvister om geografiska domännamn och nedan redogör jag för tre avgöranden från WIPO. I den sammanfattande kommentaren efteråt återkommer jag till det internationella rättsläget och WIPO:s slutliga rapport.

#### **5.3.1 Barcelona.com**

I det första fallet, barcelona.com,<sup>101</sup> var klaganden staden Barcelona och svaranden ett privatägt företag som enligt egen utsago registrerat domännamnet för att skapa länkar mellan de olika städer som heter Barcelona runt om i världen. Klaganden hade en mängd varumärkesregistreringar där namnet Barcelona ingick, men dock inte någon registrering på namnet Barcelona ensamt. Staden hade sedan 1995 tillhandahållit turistinformation på andra webbsidor än den omtvistade.

Panelen ansåg att samtliga rekvisit i UDRP:s 4 a. paragraf var uppfyllda. Även om varumärkena och domännamnet i fråga inte var exakt lika, var de förväxlingsbara. Svaranden resonerade om att vem som helst har rätt att registrera ett domännamn som fortfarande är ledigt och att detta medför att domännamnsinnehavaren har ett legitimt intresse. Panelen pekade på att detta legitima intresse bara gäller i avsaknad av tvist med någon med bättre rätt, som i det här fallet. Vidare ansåg panelen det uppenbart att även om svaranden haft en plan för sin webbsida, så var svarandens huvudsakliga syfte att kommersiellt utnyttja klagandens information om Barcelona.

---

<sup>99</sup> Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process, paragraf 220.

<sup>100</sup> DomännamnsRegler i Sverige, reglerna B, K, L.

<sup>101</sup> Excelentísimo Ayuntamiento de Barcelona v. Barcelona.com Inc. WIPO Case No. D2000-0505.

Svaranden skulle definitivt kunna dra nytta av allmänhetens förvirring, eftersom den vanlige Internetanvändaren skulle tro att [www.barcelona.com](http://www.barcelona.com) var någon slags officiell informationswebbsida. Svaranden har också hindrat klaganden från att registrera ett domännamn som motsvarade kännetecknet. Även ond tro kunde således visas och domännamnet flyttades över till staden Barcelona.

### 5.3.2 Stmoritz.com

Klaganden i tvisten om domännamnet [stmoritz.com](http://stmoritz.com)<sup>102</sup> var en officiell organisation som tillhörde kommunen. Denna organisation var innehavare till varumärket St. Moritz i en rad länder och hade själva använt detta samt licensierat ut det sedan 1930. Svaranden, ett företag baserat i Förenade Arabemiraten, hade inget samröre med klaganden eller koppling till St. Moritz. Domännamnet [stmoritz.com](http://stmoritz.com) som svaranden registrerat gick till en webbsida som erbjöd information om St. Moritz i synnerhet och Schweiz i allmänhet. Företaget hade även registrerat flera andra stadsnamn som domännamn, däribland [praha.com](http://praha.com), [rostock.com](http://rostock.com) och [malaga.com](http://malaga.com).

Att domännamnet var identiskt med varumärket menade panelen vara utan tvivel. Däremot höll panelen inte med klaganden som menade att svaranden saknade legitim rätt till namnet. Svarandens nätverk av webbsidor som tillhandahöll information om olika städer, länder m.m. kvalificerade sig som ett bona fide erbjudande av varor eller tjänster (UDRP paragraf 4 c (i)). Panelen kunde inte finna någon omständighet som talade för att svaranden skulle ha registrerat eller använt domännamnet i ond tro och detta flyttades därför inte över.

### 5.3.3 Portofhelsinki.com

Det senast avgjorda fallet av de tre rörde domännamnet [portofhelsinki.com](http://portofhelsinki.com)<sup>103</sup>. Klaganden var hamnmyndigheten i Helsingfors och svaranden ett brittiskt företag som under domännamnet [portof.com](http://portof.com) hade samlat ett 20-tal webbsidor. Enligt företaget fanns en global plan på att skapa en portal för sjöfartsindustrin som skulle omfatta hundratals webbsidor. Hamnmyndigheten hade i sin tur använt namnet Port of Helsinki i decennier, men innehade ingen varumärkesregistrering, utan hänvisade till inarbetning. Enligt klaganden hade svaranden hindrat klaganden genom domännamnsregistreringen, likaså hade svaranden intentionen att dra kommersiell nytta av namnet då företaget hade annonsplatser på sin webbsida. Klaganden ansåg också att en geografisk term skulle tillhöra det geografiska området ifråga.

Panelen började sitt resonemang med att konstatera att UDRP som den ser ut idag endast kan tillämpas på en konflikt mellan en varumärkesinnehavare

---

<sup>102</sup> Kur- und Verkehrsverein St. Moritz v. StMoritz.com, WIPO Case No. D2000-0617.

<sup>103</sup> Port of Helsinki vs. Paragon International Projects Ltd, WIPO Case No. D2001-0002.

och en domännamnsinnehavare. Policyn kan inte användas på tvister mellan domännamn och geografiska termer, såvida dessa inte samtidigt är varumärken. Panelen kunde inte hålla med klaganden om att en geografisk term tillhör myndigheten för det aktuella geografiska området. Skyddet för geografiska termer bör tillhandahållas på andra sätt än genom varumärkesrätten.

Vad gällde tvisten kring portofhelsinki.com ansåg panelen inte att hamnmyndigheten hade några varumärkesrättigheter i namnet Port of Helsinki. Att svaranden använde domännamnet tillsammans med andra domännamn för att tillhandahålla information om hamnar runt om i världen tydde enligt panelen inte på att svaranden saknade legitimt intresse. Inte heller ansåg panelen att domännamnet registrerats eller använts i ond tro. Domännamnet flyttades inte över.

## 5.4 Sammanfattande kommentar

Efter Barcelonaavgörandet höjdes kritiska röster mot att myndigheter skulle anses ha bättre rätt än ett företag till ett geografiskt domännamn.<sup>104</sup> Många företag har byggt upp sina verksamheter kring geografiska domännamn, däribland The Irish Times som publicerar nyheter under ireland.com och Boulevards New Media som skriver om kultur m.m. under domännamnet sanfrancisco.com. Det dröjde dock inte många veckor innan St.Moritz-avgörandet kom vilket åtminstone delvis reviderade synen på geografiska domännamn.

I WIPO-processens slutliga rapport konstateras att det finns omfattande bevis på att geografiska termer används som domännamn av personer som överhuvudtaget inte har någon anknytning till det geografiska område som domännamnet refererar till. Detta kan i vissa fall innebära missbruk och att Internetanvändare vilseleds vilket i slutändan kan skada hela domännamnsystemets tillförlitlighet. Det finns emellertid flera problem som gör att man inte vill rekommendera någon förändring av UDRP i dagens läge. Problemen ligger i den ovan nämnda avsaknaden av internationell rätt. De internationella normer som behandlar geografiska termer, framför allt Pariskonventionen och Madridöverenskommelsen, gör det bara i förhållande till handel med varor.<sup>105</sup> Att bara registrera ett geografiskt domännamn kan därmed inte i sig anses vara något brott mot internationella lagar. Eftersom de nationella lagarna ser så olika ut kräver en harmonisering omfattande arbete för att kunna genomföras. Att lista alla geografiska termer som anses skyddsvärda har diskuterats, men det är heller ingen enkel lösning (se ovan kapitel 3.2.2).

Det förekommer uppenbara missbruk av geografiska namn som WIPO försöka stävja, men det är svårt så länge internationella normer utanför den

---

<sup>104</sup> Se till exempel Ferguson, Louise, *Geographic Domains on Shaky Ground*, artikel från The Standard 000811; [www.thestandard.com](http://www.thestandard.com), 2001-05-28.

<sup>105</sup> Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process, paragraf 240.

virtuella världen i så stor utsträckning saknas. Av WIPO:s senare avgöranden att döma råder det idag tämligen stor frihet vad gäller registrering och användning av geografiska domännamn. WIPO konstaterar i den slutliga rapporten till den andra Internetprocessen att det tas hänsyn till vilken aktivitet som bedrivs under domännamnet och vilket syfte domännamnsinnehavaren har.<sup>106</sup> Därför innebär en domännamnsregistrering av ett namn på en stad eller ett land inte nödvändigtvis missbruk, bara för att det är en privatperson eller ett kommersiellt företag utan relation till staden/landet i fråga som registrerat namnet.<sup>107</sup> Andra än myndigheter eller officiella organisationer skall således kunna få registrera och använda sig av geografiska domännamn.

Att WIPO trots konstaterat missbruk inte kommer med något förslag till lösning i den andra WIPO-processens slutliga rapport beror på en grundläggande princip som fastlagts i den första WIPO-processens slutliga rapport. Denna innebär att målet för WIPO-processen inte är att skapa nya rättigheter inom immaterialrätten eller att medge immateriella rättigheter större skydd i cyberspace än någon annanstans.<sup>108</sup> Så länge internationella normer gällande geografiska namn generellt saknas kommer troligen inte någon reglering av geografiska domännamn i domännamnssystemet att genomföras. Även om detta innebär en viss osäkerhet vad gäller geografiska domännamns ställning i DNS, torde den som bedriver en bona fide verksamhet få registrera och använda sig av geografiska domännamn, t.ex. namn på städer eller länder utan att ha någon geografisk koppling till det aktuella namnet.

---

<sup>106</sup> Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process, paragraf 260.

<sup>107</sup> Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process, paragraf 260.

<sup>108</sup> Final Report of the WIPO Internet Domain Name Process, paragraf 34.

# 6 Generiska ord

## 6.1 Inledning

För många näringsidkare som sedan tidigare har verksamhet utanför den digitala världen och som väljer att etablera sig även på Internet är det en självklarhet att försöka skaffa sig ett domännamn som överensstämmer med firmanamnet eller med ett varumärke som näringsidkaren är innehavare till. Ett eventuellt upparbetat gott rykte vill näringsidkaren naturligtvis även skall sprida sig till Internetverksamheten, precis som han skulle valt att behålla sitt gamla namn vid öppnandet av filialer eller nyetableringar inom eller utanför hemlandet.

För den som däremot inte tidigare haft en stark firma alternativt ett starkt varumärke och som kanske inte heller planerar en omedelbar etablering utanför Internet, kan det vara lockande att välja ett mer beskrivande domännamn som passar den verksamhet han avser driva. Den som säljer datorer kan försöka registrera [www.computer.com](http://www.computer.com) och den som sätter upp en nyhetstjänst kan vara intresserad av [www.news.com](http://www.news.com). Ett domännamn som [www.computer.com](http://www.computer.com) fungerar som ett utmärkt kännetecken för näringsidkarens verksamhet och kan vara lätt att hitta för Internetanvändare som skall köpa en ny dator utan att vara inriktad på något speciellt märke. Frågan är då om sådana domännamn som alltså har en klar känneteckensfunktion har något slags skydd gentemot andra som kan vilja använda sig av samma eller liknande domännamn som kännetecken på eller utanför Internet.

## 6.2 Allmänt om generiska ord som domännamn

Ett grundläggande krav för känneteckensskydd är som ovan nämnt under kapitel 3 att kännetecknet måste inneha distinktivitet och vara särskiljande. Sedvanliga beteckningar på en vara kan inte skyddas och märket får inte vara deskriptivt.<sup>109</sup> Varken "computer" eller "news" i exemplen ovan kan anses som något annat än deskriptiva kännetecken och de kan således inte erhålla skydd som varumärke/firma. Förvisso finns det i vissa fall en möjlighet att erhålla skydd för märken som från början inte ansetts särskiljande nog för registrering, nämligen genom inarbetning. Ett vardagligt ord kan ha fått en "secondary meaning" och ett sådant kännetecken kan senare även erhålla registrering. I kapitel 3.2.4 ovan har jag tagit upp fallen [www.passagen.se](http://www.passagen.se) och [www.torget.se](http://www.torget.se) som idag tack vare visad inarbetning eventuellt skulle kunna erhålla registrering. Orden "passagen" och "torget" kan dock inte anses lika beskrivande för de tillhandahållna Internettjänsterna som "computer" för datorförsäljning respektive "news" för en nyhetstjänst. Det torde därmed vara i praktiken

---

<sup>109</sup> Koktvedgaard & Levin, a.a. s. 325.

omöjligt att domännamn av sådant slag ens om de länge fungerat som identifikationsmedel för viss Internetverksamhet skall kunna anses särskiljande nog för att få skydd som inarbetat eller registrerat kännetecken.

### 6.3 Generiska ord som samtidigt är ett varumärke

Ett registrerat eller inarbetat kännetecken kan som tidigare konstaterats normalt inte enbart bestå av generiska ord. Kännetecknet kan dock innehålla generiska element, antingen ett generiskt ord i kombination med något mera särskiljande såsom ett namn av något slag eller en kombination av flera generiska ord som tillsammans är tillräckligt distinktiva för att erhålla skydd som kännetecken. Vid registrering av domännamn gäller som bekant i allmänhet "först-till-kvarn"-principen. Den som under .com-domänen registrerar någon annans särskiljande kända kännetecken har svårt att visa legitimt syfte, så länge han inte själv också kan visa rätt till det omtvistade namnet. För den som däremot registrerar ett vanligt generiskt ord som domännamn kan det framstå som självklart att han är rättmätig innehavare. Problem kan då uppkomma vilket har visat sig i ett flertal tvister som avgjorts enligt UDRP där känneteckensinnehavare som har generiska element i sitt kännetecken hävdar bättre rätt till ett domännamn av generiskt slag.

WIPO-panelernas skiljemän har många gånger inte varit överens om hur man skall behandla generiska ord. Många som registrerat generiska domännamn har gjort detta med syfte att sälja dem, inte eftersom man trott att det funnits känneteckensinnehavare med liknande namn, utan till intresserade näringsidkare som vill starta upp en verksamhet på Internet och som behöver ett bra beskrivande domännamn. För att den som registrerat ett domännamn skall kunna visa att han är rättmätig innehavare måste denne peka på omständigheter som visar att han har ett legitimt intresse i namnet. Ett legitimt intresse kan vara att domännamnet används i samband med bona fide erbjudande av varor eller tjänster.<sup>110</sup> Domännamnet måste också ha registrerats och därefter användas i god tro.<sup>111</sup>

#### 6.3.1 crew.com

I fallet crew.com<sup>112</sup> var klaganden en amerikansk återförsäljare av kläder, skor och accessoarer som var innehavare till två registrerade varumärken i USA, J.CREW och CREW. Svaranden, ett företag vid namn Telepathy ägnade sig åt att spekulera i domännamn och hade registrerat ett 50-tal domännamn innehållande varumärken eller eftertraktade generiska ord. Telepathys registrerade domännamn gick inte till aktiva hemsidor och företaget hade inte för avsikt att använda sig av domännamnen självt. Även

<sup>110</sup> UDRP paragraf 4a (ii), paragraf 4c (i).

<sup>111</sup> UDRP paragraf 4a (iii).

<sup>112</sup> J. Crew International, Inc. v. crew.com., WIPO Case No. D2000-0054.

om varumärket i detta fall samtidigt var ett generiskt ord ansåg panelen att varumärket måste ha varit känt för svaranden när denne registrerade domännamnet. Panelens majoritet menade vidare att spekulation i domännamn inte kan anses som ett legitimt intresse enligt paragraf 4 UDRP under förutsättning att:

- 1) svaranden inte har någon påvisbar plan att använda domännamnet,
- 2) svaranden hade eller borde haft kännedom om klagandens varumärke,
- 3) det går att se ett mönster i svarandens agerande vad gäller spekulativ registrering av domännamn,
- 4) domännamnsregistreringen hindrar varumärkesinnehavaren från att erhålla ett domännamn som motsvarar varumärket.

Svaranden ansågs varken kunna visa legitimt intresse eller att han planerat använda domännamnet i god tro. Domännamnet flyttades över till klaganden.

### **6.3.2 craftwork.com**

I detta mål<sup>113</sup> hade samma svaranden spekulativt registrerat craftwork.com, men här flyttades domännamnet inte över. Svaranden hävdade att termen ”craftwork” var allmänt använd som generisk term och att han inte kände till klagandens (General Machine Products Companys) registrerade varumärke. Trots att det även här saknades en påvisbar plan att svaranden tänkte använda domännamnet ansågs spekulation som ett legitimt intresse och kravet på ett bona fide erbjudande av varor eller tjänster enligt paragraf 4c (i) var uppfyllt.

### **6.3.3 allocation.com**

I allocation.com<sup>114</sup> var klaganden ett tyskt företag som registrerat varumärket Allocation för datorer och datortillbehör. Svaranden hade registrerat över 400 domännamn som alla innehöll i engelskan vanliga, generiska ord. Problemet var att medan allocation är ett generiskt ord i engelskan, anses det särskiljande i Tyskland. Panelen menade att registrering och försäljning av domännamn kan vara ett legitimt intresse då verksamheten innebär ett bona fide erbjudande av varor och tjänster i enlighet med paragraf 4c (i). Domännamnet flyttades inte över, då det inte kunde visas att svaranden kände eller borde känt till klagandens varumärke. Då panelen konstaterat att svaranden hade ett legitimt intresse diskuterades inte ond tros-rekvisitet närmare.

---

<sup>113</sup> General Machine Products Company, Inc v. Prime Domains, ICANN Case No. FA0001000092531.

<sup>114</sup> Allocation Network GmbH v. Steve Gregory, WIPO Case No. D2000-0016.



### 6.3.4 libro.com

Svaranden, ett Kalifornienbaserat företag hade i detta mål<sup>115</sup> registrerat domännamnet libro.com vilket klaganden, en österrikisk varumärkesinnehavare hävdade vara intrång. Domännamnet libro.com hade enligt svaranden registrerats för att kunna öppna en virtuell bokhandel, då libro betyder bok på spanska och italienska. Även om några sådana verksamhetsplaner inte direkt kunde påvisas samt att man i detta mål inte ansåg domännamnsspekulation utgöra något legitimt intresse kunde klaganden inte bevisa att svaranden känt eller borde känt till klagandens varumärke. Således kunde inte ond tro hos svaranden visas och denne fick behålla domännamnet.

### 6.3.5 notar.com, notar.org

Ett norskt företag hade i förevarande mål<sup>116</sup> ett i Norge och Sverige registrerat varumärke, Notar. Svaranden, ett tyskt datorföretag, hade registrerat notar.com med syfte att etablera en portalsida där notarius publicus skulle erbjudas underdomäner och e-mailservice. Notar är det tyska ordet för notarius publicus. Precis som i målen ovan menade panelen att det inte kunde visas att svaranden kände eller bort känna till klagandens varumärke. Dock avgör panelen inte om svaranden haft något legitimt intresse i domännamnet, utan nöjer sig med att konstatera att ond tro inte kan visas. Domännamnet flyttades inte över.

## 6.4 Sammanfattande kommentar

De stränga villkoren för registrering under .se-domänen som gör att generiska ord inte kan registreras annat än om de samtidigt avspeglar firmanamnet gör att problemen med generiska ord som sammanfaller med varumärken i första hand uppkommer vid registreringar under .com och andra öppna toppdomäner. Det är som ovan visats osäkert hur höga krav det skall ställas på kännedom om varumärket hos den som registrerat domännamnet. Om det handlar om ett mycket välkänt varumärke som domännamnssinnehavaren borde känt till får troligen kännetecknet det starkare skyddet. Den som registrerat domännamnet kan då knappast visa att han varit i god tro och haft ett legitimt syfte. Annorlunda torde i enlighet med fallen ovan utgången bli om varumärket är mindre känt, kanske inte alls i det land där domännamnssinnehavaren bor. Det kan leda till orimliga följder om varumärkesinnehavares rättigheter utsträcks alltför långt. Normalt torde därför den som domännamnsregistrerat ett vanligt generiskt ord som inte sammanfaller med ett känt varumärke kunna vara relativt säker på att få behålla detta.

---

<sup>115</sup> LIBRO AG v. NA Global Link Limited, WIPO Case No. D2000-0186.

<sup>116</sup> Notar Eiendom AS v. LIPnet, WIPO Case No. D2000-1070.

Huruvida domännamnspekulation är att anse som bona fide erbjudande av varor och tjänster är av avgörandena att döma oklart. Detta hänger samman med osäkerheten kring vad en domännamnsregistrering egentligen innebär och vilken rätt en innehavare har att överlåta sitt domännamn vidare. En sakrättslig definition av domännamnet torde krävas för att med säkerhet fastslå om registrering av domännamn för vidareförsäljning skall anses acceptabelt (se kapitel 7.4 om förmögenhets- och sakrättsliga aspekter på domännamn).

Generiska ord som kännetecken används sällan utanför den virtuella världen vilket medför att dessa ord i form av domännamn inte är förbehållna någon annan än den som kommer först till kvarn. Användningen av generiska (och i viss mån geografiska) domännamn medför etablerandet av en helt ny typ av kännetecken som inte existerat tidigare. Domännamn av detta slag kan bli mycket värdefulla och eftertraktade, inte minst eftersom det är ont om bra varumärken.

Även om generiska ord normalt inte fungerar särskilt väl som kännetecken kan de efter inarbetning som domännamn även få en annan funktion än den som kännetecken för en webbsida. Det finns exempel på registrerade domännamn som inte bara fungerar som kännetecken på Internet, utan som även används som kännetecken utanför den virtuella världen. "teatern.nu" i Malmö har döpt sin teaterensemble efter namnet på sin hemsida och använder inget annat namn än domännamnet (toppdomän samt underdomän) som kännetecken i annonser i dagstidningar o.dyl. Valet av ett domännamn som kännetecken är ett marknadsföringsdrag som säkerligen uppmärksammas mer än ett val av ett traditionellt namn. Möjligheten att använda domännamn inte bara som enda kännetecken för sin verksamhet på Internet, utan även som enda kännetecken utanför den virtuella världen torde väcka frågan om registrering av ett sådant domännamn medför någon sorts "domännamnsrätt". I princip skulle teatern.nu kunna råka ut för att någon använder sig av deras domännamn som kännetecken (utanför Internet) dvs. begår intrång i teatern.nu:s domännamnsrätt. Detta under förutsättning att en domännamnsrätt kan definieras så att den även medger användning av domännamn som kännetecken utanför Internet. En definition av en rättighet sker normalt även utifrån ett sakrättsligt perspektiv och jag återkommer till frågan om en eventuell domännamnsrätt i de följande kapitlen.

# 7 Generella domännamnsrelaterade frågor

## 7.1 Inledning

I detta kapitel avser jag att separat behandla några aspekter som rör domännamnsinnehavarens rättigheter generellt och som inte direkt är kopplade till en viss slags domännamn. Således handlar det om problem som kan uppstå såväl för den domännamnsinnehavare som har en bakomliggande varumärkes-, firma- eller namnrätt som domännamnsinnehavare som står utanför det traditionella immaterialrättsliga skyddet. Ett identifierat problemområde är förväxlingsbara domännamn och vad som gäller såväl för sådana under samma toppdomän som under olika toppdomäner. Det handlar således om vilken rätt en domännamnsinnehavare har i förhållande till innehavare av snarlika domännamn. Ett annat område som kan vara problematiskt är reverse domain name hijacking vilket innebär att någon otillbörligt försöker beröva domännamnsinnehavaren domännamnet. Detta kapitel avslutas med en analys kring vad som kan tänkas gälla för ett domännamn ur ett förmögenhets- och sakrättsligt perspektiv.

## 7.2 Förväxlingsbara domännamn

Domännamn som är förväxlingsbara med varumärken är ett känneteckensrättsligt problem som behandlats i kapitel 3 ovan. Ett domännamn som är snarlikt ett annat domännamn kan dels vara ett varumärkes- eller firmarättsligt problem (under förutsättning att det finns bakomliggande immaterialrättsskydd), dels ett problem som faller utanför känneteckensrätten. Med generiska och även geografiska domännamn har vi som tidigare konstaterat att göra med en helt ny typ av värdefulla, fungerande kännetecken som inte passar in i det rättsskydd vi har idag. En näringsidkare på Internet som bygger upp sin verksamhet kring ett sådant domännamn vill inte riskera att bli sammanblandad med någon med förväxlingsbart domännamn, särskilt inte om denne bedriver liknande verksamhet. Det skydd en näringsidkare med en bakomliggande firma- och /eller varumärkesrätt har mot att någon använder sig av ett förväxlingsbart kännetecken för liknande verksamhet saknar den som verkar under ett generiskt/geografiskt domännamn. Det kan uppkomma ett flertal olika situationer där risk för sammanblandning föreligger.

Som det är idag finns det ganska få riktigt attraktiva toppdomäner som alla vill använda. Eventuellt kan problemet lösas genom fler toppdomäner, men troligen kommer alltid vissa att vara populärare än andra, vilket medför fortsatt hård konkurrens och risk för att förväxlingsbara domännamn existerar parallellt.

## 7.2.1 Förväxlingsbart domännamn under samma toppdomän

Som innehavare av ett visst domännamn kan det vara av vikt att man inte blir förväxlad med en webbsida med liknande domännamn. En varumärkesinnehavare behöver inte riskera att sammanblandning sker pga. kravet på särskiljningsförmåga för registrering i samma klass. Varumärken som Wasa Försäkringar och Vasamuseet kan således samexistera som kännetecken, då de är registrerade i olika klasser.<sup>117</sup> Förväxlingsbarhet mellan snarlika domännamn kan däremot vara ett problem. Om båda ovannämnda företag vill registrera domännamn under .se-domänen innebär det inte en direkt konflikt, då wasa.se inte är samma domännamn som vasa.se. Risk för förväxling föreligger dock, även om datorerna som sådana inte kan förväxla namnen. Eftersom bägge kan stödja sig på en bakomliggande immaterialrätt är det inte troligt att Wasa Försäkringar kan hindra Vasamuseet från att registrera vasa.se. Såväl wasa.se<sup>118</sup> som vasa.se<sup>119</sup> finns registrerade som domännamn och vad gäller registreringar under .se-domänen ställs det idag inga andra krav vad gäller förväxling än att domännamn som är identiskt med tidigare registrerat domännamn under samma domän inte får registreras.<sup>120</sup>

Generiska domännamn som saknar känneteckensskydd kan också de vara till förväxling lika, även om dessa problem knappast inträffar under .se-domänen som systemet ser ut idag. Under toppdomäner som .com samexisterar däremot domännamn som computer.com och computers.com och bägge ägnar sig åt liknande verksamheter (försäljning av datorer), liksom blomsterbudsfirmorna flower.com och flowers.com.

Även om näringsidkarna som står bakom wasa.se respektive vasa.se riskerar viss sammanblandning då domännamnen är lika, är det knappast någon större risk att den som vill söka information om en försäkring hos Wasa men hamnar på Vasamuseets hemsida blir direkt vilseledd. Problemen vad gäller snarlika generiska och även geografiska domännamn kan däremot vara betydligt större då det handlar om namn som saknar bakomliggande immaterialrätter. Den som driver sin verksamhet under domänen computer.com riskerar otvivelaktigt att tappa den kund som först skulle råka hamna på webbsidan computers.com. För den potentielle datorkunden spelar det troligen ingen större roll var han köper sin dator, han är snarare intresserad av rätt dator till rätt pris oavsett försäljare. Den som etablerat en Internetverksamhet med ett gott rykte kan också råka ut för renommésnyltning om någon annan registrerar ett snarlikt domännamn med syfte att dra nytta av den förstnämndes goda namn. Varumärkeslagen

---

<sup>117</sup> Exemplet hämtat från Carlén-Wendels a.a. s. 161.

<sup>118</sup> Går till Länsförsäkringar Wasas hemsida.

<sup>119</sup> Går dock ej till Vasamuseet utan till Vasagymnasiet i Arboga.

<sup>120</sup> DomännamnsRegler i Sverige regel D.

hindrar en dylik varumärkesanvändning, men motsvarande skydd saknas för domännamnsinnehavare.

### **7.2.2 Samma eller förväxlingsbart domännamn under annan toppdomän**

En närliggande situation där sammanblandning också kan ske är när olika näringsidkare registrerat samma eller liknande domännamn under olika toppdomäner. Wasa Försäkringar som registrerat wasa.se kan vilja undvika att någon annan registrerar wasa.com. Har bolaget någon möjlighet att förhindra detta? Svaret på denna fråga är nej. Precis som när det gäller förväxlingsbara domännamn under samma toppdomän är domännamnsinnehavarens rätt begränsad till just det registrerade domännamnet. Eftersom ingen förprövning sker innan en registrering under .com-domänen tillåts kan vem som helst registrera ett namn förutsatt att det är ledigt. Om den som registrerat domännamnet skulle visa sig sakna egen rätt till namnet och detta skett i otillbörligt syfte kan Wasa Försäkringar försöka få namnet överfört till sig i enlighet med UDRP eller genom att ta upp tvisten i domstol. Det rör sig i det sistnämnda fallet då om en känneteckensrättslig tvist angående rätten att använda varumärket/firman Wasa och det är bara på denna grund Wasa Försäkringar kan hindra annan användning. Så länge det handlar om ett företag som har en egen rätt till namnet – i fallet wasa.com har ett företag i Kalifornien som bl.a. ägnar sig åt webbdesign registrerat domännamnet – torde allt vara i sin ordning och får accepteras av bägge sidor. Även här finns alltså en risk för renommésnyltning om någon med liknande verksamhet registrerar samma domännamn under en annan toppdomän.

### **7.2.3 Sammanfattande kommentar**

I den första WIPO-processens slutliga rapport<sup>121</sup> diskuteras problemet med att samma allmänna ord förekommer i många varumärken och firmanamn och att dessa ord därför blir eftertraktade som delar av domännamn både för privatpersoner och företag. Medan varumärken/firmanamn samexisterar utan risk för sammanblandning tack vare olika klasser kan bara en få ett specifikt domännamn under en och samma toppdomän. Rapporten exemplifierar problemet med eftertraktade ord som ”national” och ”united” samt generiska beteckningar som ”telecom”.

Man menar vidare att det finns möjligheter att övervinna svårigheterna, främst genom etablerandet av en slags adressförteckning eller ett katalogsystem som försäkrar att en intresserad person kan lokalisera den exakta eftersökta adressen. Många stödjer inrättandet av portalsidor eller gateways som tillhandahåller en lista med namn innehållande ett visst vanligt ord som sedan kopplas till länkar med de olika domännamn som har detta ord i sig samt information om domännamnen och deras innehavare.

---

<sup>121</sup> Final Report of the WIPO Internet Domain Name Process, paragraf 124 ff.

Detta möjliggör samexistens av liknande domännamn, minskar risken för sammanblandning hos Internetanvändarna och konflikt mellan domännamnsinnehavarna. Företaget INternet ONE utvecklar en adressförteckning där det räcker med att känna till namnet på den vara eller tjänst man söker. Den som söker information om Sonys Discman skriver bara in "discman.io" i adressfältet och den som vill veta mer om gruppen Spicegirls anger bara "spicegirls.io" för att komma till respektive officiella webbsida. I den första WIPO-processens slutliga rapport pekas dock på problemen med att anslutning till en sådan adressförteckning är helt frivillig och det konstateras att motståndet är stort mot att göra det obligatoriskt.<sup>122</sup> Många varumärkesinnehavare är inte intresserade av att frivilligt dela sitt namn med andra, inte ens på en portalsida, och i rapporten rekommenderas istället användare att i alla fall noggrant överväga fördelarna med att delta.<sup>123</sup>

Som Internet ser ut i dag finns det således ingen fungerande lösning på förväxlingsproblematiken och en domännamnsinnehavare har här inte någon långtgående rätt. Rätten inbegriper just det unika domännamn som innehavaren registrerat, men inte mer och även om den som har en varumärkesrätt att falla tillbaka på inte automatiskt har rätt till samma domännamn, har denne i alla fall ett försprång mot den som försöker försvara sitt generiska domännamn mot etablering av förväxlingsbara namn.

### 7.3 Reverse domain name hijacking

När tvister om domännamn började dyka upp handlade dessa i huvudsak om s.k. "cybersquatting" dvs. personer som registrerade andras kända varumärken som domännamn. På senare år har tvister där situationen varit den omvända uppkommit, det rör sig alltså om varumärkesinnehavare som försöker få någon annans registrerade domännamn överfört till sig utan att ha rätt till det.

I reglerna till UDRP definieras i paragraf 1 reverse domain name hijacking på följande sätt:

**"Reverse Domain Name Hijacking** means using the Policy in bad faith to attempt to deprive a registered domain-name holder of a domain name."

Vidare stadgas i paragraf 15 e) i reglerna att panelen skall klargöra om tvisten tagits upp i ond tro, till exempel genom ett försök till reverse domain name hijacking.

---

<sup>122</sup> Final Report of the WIPO Internet Domain Name Process, paragraf 127.

<sup>123</sup> Final Report of the WIPO Internet Domain Name Process, paragraf 128.

### 7.3.1 WIPO-avgöranden

Kritiska röster har höjts mot att det företrädesvis är varumärkesinnehavare dvs. företag som vinner domännamnstvister och att privatpersoner har svårare att komma till tals.<sup>124</sup> Det handlar främst om generiska domännamn som samtidigt är varumärken (se kapitel 6.3 ovan) och det har hävdats att WIPO i vissa fall handlat som om organisationer och företag skulle ha bättre rätt till generiska domännamn än individer.<sup>125</sup> Då det handlar om välkända varumärken som tillhör större företag har dessa följaktligen bättre resurser både för att väcka talan i domstol och för att initiera WIPO-processer. ICANNs styrelse är medveten om problemen och har samtyckt till att se över hur man skall kunna minimera risken för missbruk från företagens sida.<sup>126</sup> Mer detaljerade definitioner för att kunna avgöra vem som har rätt till ett visst namn samt sänkta kostnader för överföring av domännamn har diskuterats.<sup>127</sup> Vad gäller rena fall av cybersquatting är UDRP väl lämpad, men då det inte handlar om fall där någon i uppenbart ond tro försökt tillskansa sig någon annans domännamn är det svårare att tillämpa resolutionen. UDRP är helt enkelt inte avsedd för situationer där en part kan ha viss legitim rätt till ett namn, medan en annan part också har rätt till samma namn. Det finns således ett antal fall där det är svårt att avgöra vem av två parter som har bäst rätt till ett visst namn och för sådana fall hjälper det troligen inte med mer detaljerade definitioner.

Risken som kritikerna ser det är att mindre företag eller privatpersoner som varit snabba att registrera ett (generiskt) domännamn som de sedermera använt sig av alternativt planerat använda sig av i någon slags verksamhet skall bli förbigångna av ett större företag med samma eller liknande namn som varumärke. WIPO har avgjort ett flertal fall till varumärkesinnehavarens fördel och en del av dessa kan säkert ifrågasättas, men även reverse domain name hijacking har diskuterats och fastslagits i några avgöranden. Nedan följer ett urval av WIPO-avgöranden där reverse domain name hijacking tagits upp till diskussion.

#### 7.3.1.1 Tonsil.com

Avgörandet<sup>128</sup> rörde namnet tonsil som klaganden, ett tyskt kemiföretag vid namn Süd-Chemie, sedan 1952 innehaft som varumärke. Företaget menade att domännamnet tonsil.com var identiskt alternativt förväxlingsbart med deras registrerade varumärke "Tonsil", att svaranden saknade rätt till domännamnet och att detta registrerats och använts i ond tro. Svaranden, den amerikanska kvinnan Virginia Comito hade registrerat domännamnet

---

<sup>124</sup> Flynn, Laurie J, *Trademarks Winning Domain Fights*, artikel från The New York Times 000904; www.nytimes.com, 2001-05-28.

<sup>125</sup> Naylor, Lisa, *Individuals Getting Wiped Out by WIPO*, artikel från The Standard 000905; www.thestandard.com, 2001-05-28.

<sup>126</sup> Wasserman, Elisabeth, *Give Me Back My Domain Name*, artikel från The Standard 990906; www.thestandard.com, 2001-05-28.

<sup>127</sup> Wasserman, a.a.

<sup>128</sup> Süd-Chemie AG v. tonsil.com, WIPO Case No. D2000-0376.

tonsil.com 1998 och hävdade å sin sida att det rörde sig om ett fall av reverse domain name hijacking.

Vad gällde likheten mellan namnen menade Comito att ordet tonsil i USA varumärkesregistrerats endast tillsammans med företagsnamnet "S Sud Chemie". Panelen pekade dock på att ordet tonsil i vilket fall som helst utgjorde det distinktiva elementet i varumärket och att kravet på förväxlingsbarhet därmed var uppfyllt. Nästa rekvisit, att svaranden saknade rätt till namnet, ansåg panelen även det uppfyllt. Comito hävdade att hon varit tvungen att koppla ner sin hälsorelaterade webbsida med adressen tonsil.com pga. försäkringsproblem i USA; detta ansåg panelen dock bara vara ett svepskäl och betvivlade att hon någonsin använt webbsidan i samband med ett bona fide erbjudande av varor eller tjänster. Det faktum att Comito utgivit sig för att bara vara sjuksköterska utan närmare kunskaper om domännamn och relationen till varumärken kunde panelen motbevisa. Redan ett knappt år innan Comito registrerade namnet hade hon visat sig vara mycket välinformerad på området bl.a. genom att kommentera förhållandet mellan domännamn och varumärken på amerikanska kommunikationsdepartementets webbsida. Comito förespråkade där att privatpersoner som innehade domännamn fritt skulle tillåtas ta betalt av företag/varumärkesinnehavare som önskade köpa loss ett visst domännamn. Comitos kunskaper om det kommersiella värde som kan uppstå genom att registrera andras varumärken som domännamn tydde enligt panelen på att hon troligen haft för avsikt att sälja domännamnet och att även det tredje rekvisitet, ond tro, således var uppfyllt. Alla tre elementen i paragraf 4 (a) i UDRP var därmed uppfyllda och Comitos påstående om reverse domain name hijacking avvisades av panelen. Domännamnet flyttades över till företaget.

### 7.3.1.2 Smartdesign.com

I smartdesign.com<sup>129</sup> handlade det om ett amerikanskt företag vid namn Smart Design som designade och utvecklade olika konsumentprodukter, bl.a. köksredskap. Svaranden var Ms. Hughes som registrerat domännamnet smartdesign.com 1997 med avsikt att driva e-handelsverksamhet med samma namn. Klaganden, Smart Design, hade inte varumärkesregistrerat "Smart Design", men hade enligt panelen otvivelaktigt ett inarbetat common law varumärke. Namnen var också identiska eller förväxlingsbara. Vad gällde svarandens rätt till namnet gjorde dock panelen en helt annan bedömning än klaganden. Avsikten med svarandens registrerande och senare förnyande av namnet var att bona fide erbjuda varor eller tjänster. Det faktum att Ms. Hughes inte kommit igång med sin verksamhet förrän i maj 2000 menade panelen vara godtagbart, då hon blivit försenad pga. att hon inväntade en patentprocess som skulle ge henne ensamrätt på en metod för förbättrad e-handel. Klaganden hade därmed misslyckats med att visa att svaranden saknade rätt till domännamnet och därmed avvisade även panelen påståendet att svaranden registrerat och använt domännamnet i ond tro.

---

<sup>129</sup> Smart Design LLC v. Carolyn Hughes, WIPO Case No. D2000-0993.



Panelen förde sedan en fördjupad diskussion kring huruvida klaganden gjort sig skyldig till reverse domain name hijacking och konstaterade då följande:

- Smart Design är ett namn som kan användas inom ett brett område av verksamheter som sysslar med design och detta borde klaganden vara medveten om.
- På ett tidigt stadium blev Smart Design medvetna om att det fanns flera innehavare till namnet Smart Design, då man redan 1996 försökte registrera smartdesign.com men fann det upptaget.
- Klagandens första kontakt med svaranden i april 1999 skedde i form av ett vänligt brev där en förfrågan om möjligt övertagande av domännamnet gjordes. Detta indikerar att klaganden inte ansåg att svaranden hade gjort något fel genom registreringen.
- Klaganden riktade vid senare process inte heller in sig på att registreringen skett i ond tro utan klandrade förnyandet av domännamnet vilket skedde i maj 2000. Dessutom hävdade klaganden inte att syftet med registreringen/förnyandet varit otillbörligt, utan att felet låg i att det tog för lång tid för svaranden att etablera sin verksamhet.

I sitt avslutande resonemang kring reverse domain name hijacking pekade panelen på att anklagelser om ond tro är mycket allvarliga. Panelen var väl medveten om att det finns en tendens att vissa varumärkesinnehavare felaktigt uppfattar sin legitima rätt som betydligt starkare än vad den egentligen är. Detta leder till att de får motiv att bekämpa privatpersoner eller andra företag de tror vara inkräktare. Panelen påpekade dock att detta inte är någon ursäkt för att utkasta ogrundade anklagelser om ond tro. Processen borde aldrig initierats av klaganden och så hade heller inte skett om klaganden tänkt igenom sina argument först, menade panelen. Klagandens iver att försöka få tag på domännamnet hade tappat alla proportioner och det handlade således om ett klart missbruk av policyn d.v.s. reverse domain name hijacking. Domännamnet flyttades inte över.

### **7.3.1.3 Goldline.com**

Ett mål som på många sätt påminner om smartdesign.com avgjordes några månader senare och rörde domännamnet goldline.com<sup>130</sup>. Klaganden här var ett amerikanskt företag som handlade med guld och andra ädelmetaller och som innehade varumärket "Goldline" i USA för denna typ av varor. Svaranden var ett mindre Internetföretag placerat i Kalifornien som 1997 registrerat domännamnet goldline.com.

Det första rekvisitet om identiskt eller förväxlingsbart namn var uppfyllt menade panelen, medan klaganden misslyckades med att visa det andra respektive tredje rekvisitet om legitim rätt respektive ond tro. Det faktum att svaranden än så länge bara använt domännamnet för omdirigering till en annan webbsida som tillhörde svaranden saknade betydelse då förberedelser för att etablera verksamhet under domännamnet pågick. Situationen vore

---

<sup>130</sup> Goldline International, Inc v. Gold Line, WIPO Case No. D2000-1151.

enligt panelen annorlunda om företagen varit konkurrenter eller om klagandens varumärke varit välkänt över varumärkesklasserna. Svaranden hade således legitim rätt till namnet. När det gällde att visa ond tro kom klaganden inte ens i närheten enligt panelen. Klaganden menade att eftersom svaranden känt till klagandens varumärke före domännamnsregistreringen indikerade det ond tro. Så var inte alls fallet menade panelen, då svaranden före domännamnsregistreringen undersökt i vilka klasser varumärket fanns registrerat och då konstaterat att det fanns ett dussintal registreringar, men ingen inom området Internet eller kommunikation. Inte heller det faktum att svaranden efter det att han blev medveten om klagandens protester mot hans domännamnsinnehav införde en disclaimer på sin webbsida visade på ond tro.

Svaranden hade bett panelen undersöka om klaganden gjort sig skyldig till reverse domain name hijacking och i sitt resonemang hänvisade panelen bl.a. till smartdesign-målet. Även i detta mål fann panelen således att det handlade om reverse domain name hijacking. Klaganden borde ha varit medveten om att klagandens namn varit begränsat till ett mindre område och att svarandens registrering och användande av domännamnet inte på något sätt under givna omständigheter kunde utgöra ond tro. Svaranden hade före processen gjort klaganden medveten om dessa omständigheter och att det skulle innebära reverse domain name hijacking att inleda ett WIPO-förfarande, något som klaganden inte beaktat. Panelen fann att klaganden misslyckats med att visa att två av de tre erforderliga rekvisiten uppfyllts och klaganden hade därtill gjort sig skyldig till reverse domain name hijacking. Domännamnet flyttades inte över.

#### **7.3.1.4 Yourmove.com**

Klaganden i tvisten kring yourmove.com<sup>131</sup> var ett skotskt bolag i försäkrings- och fastighetsmäklarbranschen som hade varumärkesskyddat termen "It's Your Move" samt hade en ännu ej avgjord ansökan hos brittiska patentverket angående termen "Your Move". Svaranden, Irving Remocker som var skotsk affärsman, köpte domännamnet i mars 2000 från ett Floridabaserat företag. Remockers avsikt var att starta en webbsida om schack och han inledde också förberedelser för att möjliggöra detta. Svaranden nekade till anklagelserna om identiskt namn, avsaknad av legitim rätt och ond tro samt hävdade att det handlade om reverse domain name hijacking.

Om rekvisitet identiskt/förväxlingsbart namn var uppfyllt även om varumärkesansökan ännu inte var avgjord behövde panelen inte avgöra, då panelen dessförinnan konstaterat att rekvisit två och tre om legitim rätt till namnet respektive ond tro inte kunde anses uppfyllda. Klaganden var medveten om att det var Floridaföretaget som registrerat domännamnet och menade inte att detta företag saknat rätt till namnet. Inte heller hade Remocker saknat rätt till namnet, enligt klaganden om denne faktiskt

---

<sup>131</sup> CGU Insurance plc v. Irving Remocker, WIPO Case No. D2000-1515.

förverkligat planerna på en schackwebbsida. Då svaranden sedermera ändrade sina planer och erbjöd klaganden att köpa namnet för att kunna finansiera andra affärsverksamheter visade svaranden däremot enligt klaganden att han saknade rätt till namnet. Panelen ansåg dock inte att en tidigare fastslagen legitim rätt kunde försvinna bara för att svaranden ändrade sina planer. Att svaranden framförde önskemål om att få köpa namnet från Floridaföretaget i augusti 1999 tydde inte heller på ond tro, då klaganden först i november samma år började använda Your Move i sin verksamhet. Svaranden hade således full rätt att sälja domännamnet till det högsta budet och denne hade varken registrerat eller använt domännamnet i ond tro. Domännamnet flyttades inte över.

Vad gällde diskussionen om reverse domain name hijacking menade dock panelen att klaganden eventuellt kunde ha blivit felaktigt rådd att handla som denne gjort och att det verkade som om klaganden verkligen trott att hans rätt till namnet Your Move i fastighetsmäklarbranschen var hotad. Panelen ansåg därför inte att reverse domain name hijacking förelegat.

### **7.3.2 Sammanfattande kommentar**

Det har som tidigare nämnts framförts kritik mot att varumärkesinnehavaren, som oftast är den starkare parten i en tvist med en domännamnsinnehavare alltför ofta går som segrare ur WIPO-processerna och att en privatperson eller ett mindre företag inte har de resurser som krävs för kunna föra sin talan på bästa sätt. I målet tonsil.com flyttades domännamnet över och det stora företaget vann över en privatperson. Detta trots att domännamnet på engelska är generiskt (på tyska är det däremot särskiljande). Naturligtvis kan det ses som om detta avgörande skulle bekräfta ovanstående trend, men de tre övriga avgörandena jag tagit upp går i en annan riktning.

Panelerna i avgörandena ovan pekar på att det inte krävs att det finns en aktiv webbsida som domännamnet går till för att domännamnsinnehavaren skall anses ha legitim rätt till namnet. Det räcker med att det kan visas att konkreta planer finns eller har funnits på att bedriva en verksamhet som innebär ett bona fide erbjudande av varor eller tjänster, även om planerna senare försenas/ändras. Finns det som i tonsil.com däremot inga bevis på att webbsidan använts eller planerats att användas till en sådan verksamhet anses domännamnsinnehavaren inte ha en legitim rätt till namnet. Vidare behöver det inte tyda på ond tro att svaranden (domännamnsinnehavaren) känt till att klaganden haft en identisk/förväxlingsbar varumärkesregistrering så länge det inte rör sig om konkurrerande verksamheter. Inte heller måste det faktum att domännamnsinnehavaren försökt sälja domännamnet innebära att han varit i ond tro under förutsättning att detta inte varit det ursprungliga syftet vid registreringen. Att domännamnsinnehavaren har en disclaimer på sin webbsida kan också accepteras såvida denna inte funnits från början utan tillförts senare, efter att domännamnsinnehavaren informerats om varumärkesinnehavarens missnöje med webbsidan.

Att domännamnsinnehavaren skulle vara i en så mycket sämre position än varumärkesinnehavaren kan således ifrågasättas, åtminstone om man ser till hur panelerna i ovanstående avgöranden resonerat. Den varumärkesinnehavare som väljer ett generiskt ord som varumärke får räkna med att hans varumärke lättare blir urvattnat. Exemplet ”goldline” visar att ett och samma namn kan tänkas fungera som namn/varumärke för ett antal olika typer av verksamheter. Den som har ett sådant varumärke måste också inse att skyddet är begränsat till ett mindre område. Det finns dessutom en tendens att skyldigheterna ökar för klaganden som initierar en WIPO-process i en tvist som ovanstående jämfört med klagandens roll i rena fall av cybersquatting.<sup>132</sup> Klaganden måste företa en noggrann undersökning av vilka liknande/identiska varumärken som finns skyddade innan han påstår att en otillbörlig domännamnsregistrering föreligger, annars kan han riskera att göra sig skyldig till reverse domain name hijacking.<sup>133</sup>

Precis som vad gäller personnamn (ovan kapitel 4.4) finns det WIPO-avgöranden rörande reverse domain name hijacking som går i tämligen olika riktningar. De ibland nästan vitt skilda resultaten beror bl.a. på panelernas sammansättningar. Det kan därför ifrågasättas om WIPO idag kan sägas ha någon enhetlig inställning vad gäller reverse domain name hijacking och var domännamnsinnehavarens rätt börjar och slutar i förhållande till varumärkesinnehavarens är således fortfarande ganska oklart.

## 7.4 Förmögenhets- och sakrättsliga aspekter

Att ett domännamn kan vara ett värdefullt kännetecken för företag är idag otvivelaktigt. Synen på domännamnet som sådant samt dess funktion har gradvis ändrats. Tidigare sågs domännamnet främst som en alfabetisk översättning av en teknisk adress medan det numera fungerar som ett fullgott kännetecken för Internetverksamhet och i vissa fall kan vara nästan viktigare än en varumärkes- eller firmarätt. Denna utveckling har gått mycket snabbt och de regler som skapades för domännamnsregistrering ser i princip likadana ut som de gjorde från början. När domännamn började registreras i större skala hade man inte i åtanke att dessa inom en snar framtid skulle kunna jämföras med etablerade kännetecken. Regelverket som omger domännamnsregistreringen är inte utformat och inte heller senare anpassat för denna utveckling. Hur ett domännamn kan utnyttjas och omsättas i samhället och vad som gäller i förhållande till tredje man saknas det reglering för. Det handlar således om hur domännamnet skall ses förmögenhets- respektive sakrättsligt. Ett exempel som visar vikten av ett sådant klagande är vid finansieringssituationer där värdet av ett visst företag kan vara helt beroende av närvaron på Internet och det valda domännamnet. Framför allt gäller det företag som byggt upp sin verksamhet från grunden på Internet, men även andra företag som etablerat sig utanför Internet först, för att senare utvidga sin rörelse till att även omfatta den

---

<sup>132</sup> Nagendra, Chetan, *The Politics of Reverse Domain Name Hijacking*, artikel från The Internet Law Journal; [www.tilj.com](http://www.tilj.com), 2001-08-29.

<sup>133</sup> Nagendra, a.a.

virtuella världen, kan vara beroende av sitt domännamn. Traditionellt har företag som sökt lån kunna erbjuda säkerheter i form av fastigheter, bilar, maskiner och råmaterial. I takt med att företag numera allt oftare handlar med egendom som inte är fysisk såsom goodwill och know-how måste finansiärer söka säkerhet även i immateriella värden. Om domännamnet står för en stor del av företagsvärdet kan det vara intressant att använda även detta som säkerhet.

Hur domännamnet skall ses sak- och förmögenhetsrättsligt är det idag egentligen ingen som säkert vet. Min avsikt är att peka på de problem som finns utan att på något sätt försöka komma med förslag på lösning. Det handlar om ett antal frågor som måste utredas och besvaras och jag har här inte utrymme för att närmare gå in på dessa. Att jag ändå väljer att ta upp problematiken beror på att jag anser det väsentligt att åtminstone visa de svårigheter som finns vad gäller domännamnets funktion idag. Därtill är de sak- och förmögenhetsrättsliga delarna relevanta för att kunna definiera en domännamnsrätt.

#### **7.4.1 Domännamn en immateriell rättighet?**

Domännamn kan sägas likna immateriella rättigheter, främst varumärke och firma. Bakom beteckningen immaterialrätt ligger tanken att objektet är immateriellt och inte som vid normal handel med fysiska varor materiellt. Immaterialrätter omtalas ofta som äganderätter vilket ibland kan vara missvisande, då man kan behöva skilja äganderätt till enskilda exemplar (t.ex. en bok) från själva immaterialrätten (upphovsrätten till boken). Immateriella rättigheter anses som lös egendom och då det finns ett flertal paralleller mellan domännamn och den immateriella rättigheten varumärke kan man ställa sig frågan om även domännamn bör anses som lös egendom.

Den ursprungliga uppfattningen var att en domännamnsregistrering skulle motsvara registreringen av ett telefonnummer. Telefonnummer, särskilt mnemoniska sådana, fungerar som identifikationsmedel för företaget ifråga, men de anses inte som innehavarens egendom rent rättsligt. Vad gäller domännamn har NSI betecknat dessa i termer av kontraktuella licenser mellan dem själva och de som registrerat domännamnen där domännamnsinnehavarna har rätt att använda namnen i enlighet med de överenskomna villkor som kontraktet föreskriver under förutsättning att en årsavgift betalas.<sup>134</sup> Domännamnsinnehavarna äger således inte domännamnen utan har endast en exklusiv rätt att använda det; det handlar därmed om en slags nyttjanderätt.

---

<sup>134</sup> Lipton, Jacqueline, *What's in a (Domain) Name? Web Addresses as Loan Collateral*, artikel från *The Journal of Information, Law and Technology*; <http://elj.warwick.ac.uk/jilt/99-2/lipton.html>, 2001-05-28.

## 7.4.2 Beträktas domännamn som egendom?

En förutsättning för att domännamnet skall kunna ses som en immateriell rättighet är alltså att det ses som egendom. Egendomsbegreppet är mångfasetterat och olika rättsområden har olika definitioner av vad egendom egentligen är. En definition på egendom som skulle innebära att domännamn omfattas är att utgå från att det som köps och säljs är egendom. Innehavaren betraktar säkert domännamnet som egendom, då den som betalt en massa pengar för något uppfattar detta som egendom. En jämförelse kan göras med värdepapper som anses som lös egendom (men som för den skull inte är någon immaterialrätt).

Domännamnet liknar på många sätt varumärket som vi skall se nedan. Om domännamnet skall anses som en immateriell rättighet precis som varumärket, framgår varken av registreringsmyndigheterna eller lagstiftningen. Oavsett hur domännamnen betecknas juridiskt så är det ett faktum idag att domännamn säljs, köps, leasas och byts över hela världen som om de vore lös egendom.

## 7.4.3 Domännamn och varumärke

Parallellerna mellan varumärken och domännamn är många. Både domännamn och varumärken registreras hos en myndighet eller myndighetsliknande organisation för att få sin giltighet.<sup>135</sup> Denna registrering innebär att innehavaren av domännamnet/varumärket måste följa vissa uppställda villkor för att få behålla kännetecknet. Såväl domännamnsregistreringar som varumärkesregistreringar kan under vissa förutsättningar hävas<sup>136</sup> och en varumärkesregistrering måste precis som domännamnsregistreringen förnyas<sup>137</sup> för att behålla sin giltighet. En varumärkesrätt kan övergå på annan genom allmänna regler om övergång av förmögenhet, t.ex. överlåtelse genom försäljning eller arv. Ett varumärke kan överlåtas med eller utan den rörelse där varumärket används (32-33 § VML) eller så kan innehavaren välja att ge någon annan rätt att använda varumärket genom licens (34 § VML). Vad gäller domännamn saknas specifika regler om övergång. Man får då se till den allmänna avtalsrätten vilket i sin tur kan leda till problem, exempelvis med besittningsbegreppet. Med besittning förstås att en person faktiskt innehar en sak oavsett om han har någon rätt att göra det.<sup>138</sup> Ett domännamn besitter man normalt inte utan det gör den man registrerat domännamnet hos. Den som registrerar och

---

<sup>135</sup> Jag bortser här från möjligheten att ha en enbart inarbetad varumärkesrätt.

<sup>136</sup> Vad gäller domännamn föreskrivs i Allmänna villkor för registrering av domännamn under toppdomänen ".se" § 6 att NIC-SE har rätt att avregistrera ett domännamn bl.a. om det registrerade domännamnet strider mot lagakraftvunnen dom eller beslut. UDRP föreskriver detsamma i paragraf 3b. Varumärken kan avregistreras dels pga. ursprungliga brister i 25 § VML och dels pga. senare omständigheter i 25 a § VML.

<sup>137</sup> En varumärkesregistrering måste förnyas vart tionde år, 22 § VML. I Allmänna villkor för registrering av domännamn under toppdomänen ".se" föreskrivs i § 3 samt 6 att en domännamnsregistrering kan hävas om inte årsavgiften erlagts.

<sup>138</sup> Håstad, Torgny, Sakrätt avseende lös egendom, 5 uppl., Stockholm 1995 s. 50.

använder ett domännamn torde ha en slags nyttjanderätt. Denna nyttjanderätt kan oavsett oklarheterna med besittning överlåtas och eftersom överlåtelse kan ske bör vi lämpligen ha att göra med egendom.

#### 7.4.4 Domännamn som säkerhet

Panträtten är en säkerhetsrätt som är avsedd att säkerställa fullgörandet av ett anspråk. Panträtt har karakteriserats som en sakrättsligt skyddad rätt som ger panthavaren befogenhet att tillgodogöra sig pantens värde när en viss prestation inte behörigen erläggs.<sup>139</sup> Det brukar sägas att panträttens objekt måste ha ett realiserbart ekonomiskt värde.<sup>140</sup> Detta grundläggande krav för att fungera som pant uppfyller domännamnet. Ett starkt domännamn kan ha ett mycket stort ekonomiskt värde vilket kan exemplifieras med att domännamnet *business.com* såldes för 7,5 miljoner dollar i slutet av 1999.<sup>141</sup> Praktiskt taget alla slag av lös egendom kan pantsättas och eftersom varumärken kan pantsättas borde kanske detta även vara möjligt för domännamn. Problemet är emellertid att domännamn då måste betraktas som egendom. Eftersom domännamn kan realiseras kan man hävda att domännamn måste vara egendom då det är svårt att argumentera för att något som kan realiseras inte är egendom.

Vad gäller analysen av om domännamn kan användas som pant kan man peka på de många likheter med varumärke som nämnts ovan. Varumärken och varumärkesansökningar kan sedan några år pantsättas varom stadgas i 34 a-j §§ VML. Panträtten uppkommer genom att ett skriftligt avtal om pantsättning registreras hos registreringsmyndigheten. Ett avtal om pantsättning kan registreras då varumärket alternativt varumärkesansökan har registrerats hos registreringsmyndigheten.

Den finansiär som överväger att acceptera ett domännamn som säkerhet måste ta hänsyn dels till värdet av domännamnet i förhållande till verksamheten ifråga och dels till det potentiella värdet av namnet i förhållande till andra verksamheter. Det är också nödvändigt för finansiären att försäkra sig om att han har rätt att använda sig av namnet alternativt sälja det i händelse av att ett realiserande av säkerheten aktualiseras. Den som erbjuder ett domännamn som säkerhet kan behöva verifiera t.ex. genom uppgifter från kunder eller konkurrenter att domännamnet är attraktivt.<sup>142</sup> Troligen är det främst generiska domännamn som är intressanta som säkerhet; ett namn som kan relatera till ett antal olika verksamheter torde vara mer värdefullt än ett mer specifikt sådant. Det finns exempel på banker utomlands som accepterat domännamn som säkerhet och detta torde vara möjligt även i Sverige även om så inte skett hittills.

---

<sup>139</sup> Walin, Gösta, *Panträtt*, 2 uppl., Stockholm, 1998 s. 15 f.

<sup>140</sup> Walin, a.a. s.16.

<sup>141</sup> [www.igoldrush.com](http://www.igoldrush.com).

<sup>142</sup> Lipton, a.a.

För finansören som skall förlita sig på ett domännamn som säkerhet är det av yttersta vikt att avtalet med domännamnsinnehavaren regleras i detalj eftersom det i brist på lagregler handlar om ett rent kontraktuellt åtagande:

- Domännamnsinnehavaren måste garantera att inte någon annan part ges rätt till domännamnet utan finansörens tillstånd,
- lagvalsklausul kan vara av vikt med tanke på Internets gränslöshet,
- finansören skall hållas skadeslös t.ex. genom ställande av ytterligare säkerhet om domännamnsinnehavaren skulle komma att förlora sitt namn.<sup>143</sup>

Vad gäller överföringen av domännamnet finns det i princip två möjligheter:

- finansören tar över hela den verksamhet domännamnet är kopplat till eller
- finansören får enbart domännamnet överfört till sig.

Ett ytterligare alternativ kan vara att domännamnet redan från början överförs till finansören som sedan medger den ursprungliga domännamnsinnehavaren en licens att nyttja namnet. Under toppdomäner som .se m.fl. är det dock inte möjligt vare sig för finansören att få enbart namnet överfört till sig från början eller först vid säkerhetens ibruktage, då ett registrerat domännamn skall avspela verksamhetens namn.<sup>144</sup> Det bör också påpekas att ett domännamn aldrig kan överföras direkt från domännamnsinnehavaren till finansören utan medverkan från den myndighet som sköter registreringen. Denna måste avsluta avtalet med den förstnämnda och sluta ett nytt med den senare.

### 7.4.5 Sammanfattande kommentar

Att domännamn ses som egendom i lagens mening är en förutsättning för att man skall kunna anse att det är en immateriell rättighet. En annan möjlighet är att komma fram till att domännamn är lös egendom men ingen immateriell rättighet. Vad som talar för att domännamn skall anses som lös egendom är först och främst det faktum att de har ett värde som gör att de köps och säljs som lös egendom. Om man fastställer att domännamn är egendom återstår frågan vem som är ägare; innehavaren som egentligen bara nyttjar domännamnet eller den som medger registreringen under den aktuella toppdomänen. Att domännamnet kan användas som säkerhet oavsett egendomsfrågan står klart, men det handlar då om en ren kontraktuell förpliktelse som måste regleras noggrant. Uttrycket ”quasi-security”<sup>145</sup> har använts som en beteckning på domännamnet som säkerhet och det speglar ganska väl dagens uppfattning att domännamnet troligen inte fungerar särskilt väl som enda säkerhet.

---

<sup>143</sup> Lipton, a.a.

<sup>144</sup> DomännamnsRegler i Sverige, regel B.

<sup>145</sup> Lipton, a.a.



## 8 Avslutning

Mitt syfte med detta examensarbete har varit att besvara två huvudsakliga frågor för att klargöra innebörden av domännamnets funktion som kännetecken. Genom att redogöra såväl för de domännamn som har ett bakomliggande traditionellt immaterialrättsligt skydd som de som saknar sådant skydd har jag försökt få fram en fullständig bild av hur domännamnet fungerar som kännetecken och vilka skilda förutsättningar de inledningsvis presenterade grupperna av domännamn har. Eftersom dessa frågor är nära relaterade till varandra har jag valt att inte ta upp dem separat nedan utan istället behandla dem tillsammans under respektive domännamnsgrupp.

### 8.1 I vilken mån kan existerande lagstiftning tillämpas och vad innebär detta för användningen av domännamn som kännetecken?

#### 8.1.1 Domännamn – varumärke/firma

Domännamnsinnehavaren får klart det bästa skyddet för sitt namn om han också kan registrera detta som varumärke och/eller firma alternativt har en sådan registrering sedan tidigare. Om domännamnet från början saknat särskiljningsförmåga och därför inte varit registrerbart kan det med tiden eventuellt inarbetas som varumärke och senare registreras.

De domännamn som sammanfaller med ett sedan tidigare existerande varumärke kan i princip sägas vara förbehållet varumärkesinnehavaren. Det kan dock finnas flera som har rätt till samma varumärke inom olika områden och eftersom bara en kan registrera ett domännamn med samma namn som varumärket under en viss toppdomän kan konflikter uppstå. Om den som registrerat ett domännamn som är likalydande med ett varumärke som inte är väl ansett, dvs. känt över samtliga varumärkesklasser, och domännamnsinnehavaren använder sitt domännamn för en webbsida inom ett annat område än varumärkesinnehavarens finns det goda möjligheter för domännamnsinnehavaren att få behålla sitt domännamn. Det handlar då inte om varumärkesintrång eller försök till renommésnyltning och domännamnsinnehavaren bör ha goda möjligheter att registrera sitt domännamn även som varumärke i den aktuella klassen.

#### 8.1.2 Domännamn – personnamn

Inom området domännamn som är likadana som ett personnamn råder större osäkerhet vad gäller tillämplig lagstiftning samt vem som får använda sig av

ett visst namn. Den svenska namnlagen ger ett tämligen begränsat skydd som endast kan åberopas om domännamnet är likadant eller förväxlingsbart med ett egenartat efternamn. Ett annan möjlighet är att använda sig av varumärkeslagstiftningen. WIPO har avgjort en rad fall där kända personers namn registrerats som domännamn av andra än personen själv. Några fall har varit klara då de kända personnamnen också varit registrerade som varumärken (ex. madonna.com), medan panelerna i andra fall resonerat kring inarbetad varumärkesrätt och menat att vissa världsnamn bör kunna ses som inarbetade varumärken (ex. juliaroberts.com). Det finns emellertid också avgöranden där paneler inte ansett att det automatiskt går att likställa ett världsnamn med en inarbetad varumärkesrätt och där den kända personen inte ansetts ha bättre rätt till namnet än domännamnsinnehavaren (ex. brucepringsteen.com)

Trots WIPO:s riktlinjer om att ett personnamn skyddas under förutsättning att det är ett varumärke har panelernas sammansättning stor betydelse för utfallet. En känd person som saknar varumärkesregistrering kan inte vara lika säker som den som innehar ett registrerat varumärke på att få använda sig av domännamnet med samma namn. Om kända personnamn jämföras med inarbetade varumärken blir användningen av sådana domännamn i princip alltid förbehållen namn/varumärkesinnehavaren.

### **8.1.3 Domännamn – geografiska namn**

I de fall där geografiska namn kan varumärkesskyddas bör problematiken ses ur ett varumärkesrättsligt perspektiv där innehavaren till varumärket med samma namn i princip har rätt att begagna sig av det likalydande domännamnet. Många geografiska namn, t.ex. namn på städer, kan dock i de flesta länder inte varumärkesskyddas. Någon annan tänkbar tillämplig lagstiftning finns inte. WIPO har avgjort ett antal tvister om geografiska domännamn. I barcelona.com kom panelen fram till att staden Barcelona skulle anses ha bättre rätt till domännamnet, men i senare avgöranden som stmoritz.com och portofhelsinki.com tillerkändes orten St. Moritz respektive hamnmyndigheten i Helsingfors inte bättre rätt än de personer som registrerat domännamnen ifråga och som bedrivit bona fide verksamheter. Mycket tyder på att WIPO med dessa senare avgöranden slagit in på en ny linje när det gäller användning av geografiska namn som domännamn. Därmed skulle i princip vem som helst utan geografisk koppling till namnet ifråga fritt kunna använda ett geografiskt domännamn som kännetecken under förutsättning att denne bedriver någon slags verksamhet som kan betecknas bona fide. I avsaknad av internationell rätt vad gäller geografiska namn kvarstår risken för missbruk och vilseledande, men också möjligheten för olika slags verksamheter att använda sig av ett attraktivt kännetecken som domännamn. Det kan tänkas finnas många typer av verksamheter som kan vara intresserade av geografiska domännamn som kännetecken, inte minst informationssiter som säkert kommer att efterfrågas än mer i framtiden med tanke på att resandet och globaliteten ökar.

### **8.1.4 Domännamn – generiska ord**

Denna grupp av domännamn är troligen den som i framtiden kommer att vara mest efterfrågad och vissa generiska domännamn är redan idag värdefulla kännetecken som utbjuds för mycket höga belopp. Även här gäller det att göra en åtskillnad mellan varumärken och generiska ord. Ett problem är att det kan finnas ord som är välkända nationella varumärken i ett land (på ett språk) medan ordet i andra länder (på ett annat språk) är klart generiskt och inte möjligt att använda som varumärke. WIPO-avgöranden visar emellertid att den som registrerat ett generiskt domännamn som råkar sammanfalla med ett mindre känt varumärke eller ett varumärke som bara är känt inom landet ifråga, inte löper särskilt stor risk att förlora detta (ex libro.com, notar.com). Generiska domännamn passar flest slags verksamheter och är de domännamn som kan komma att utgöra ett hot mot varumärkes-användningen på nätet. Att enkla domännamn som t.ex. cars.com är attraktiva för en bilhandlare är ganska givet. Sådana domännamn kan vara ett fullgott alternativ till varumärken, men kan aldrig komma att inarbetas som varumärken då de saknar särskiljningsförmåga. Användningen av generiska ord som kännetecken saknar därmed helt lagstiftningsskydd. Risken finns att den som registrerat ett domännamn råkar ut för intrång genom att någon annan använder sig av domännamnet eller ett förväxlingsbart sådant som kännetecken på eller utanför Internet. Vilken rätt som egentligen medföljer en registrering av ett domännamn när det gäller användningen av domännamnet som kännetecken är därför angeläget att inom en snar framtid klargöra.

## **8.2 Allmänt om domännamnet**

Försöken att tjäna pengar på att registrera andras varumärken som domännamn är numera färre då det finns effektiva mekanismer för att straffa eller åtminstone hindra inkräktaren. Så skall det naturligtvis också vara; den som har en varumärkesrätt skall också (inom vissa rimliga gränser) kunna använda sig av densamma på Internet. De domännamn som inte kan skyddas med hjälp av befintlig lagstiftning (varumärkes-, firma- eller namnlagarna) kan ses som ett annat slags kännetecken. Detta kännetecken kan bli minst lika värdefullt och bör – om vi vill ha kvar Internets ursprungliga koncept som ett fritt och gränslöst nät – kunna registreras och användas fritt av den som kommer först. Att domännamnet som kännetecken på ett sätt är mer begränsat än t.ex. varumärket ligger i domännamnens natur och är något som den som väljer att använda ett domännamn som kännetecken får räkna med. Domännamnsinnehavaren får som det ser ut idag acceptera risken för sammanblandning pga. existens av samma domännamn under annan toppdomän eller förväxlingsbart domännamn under samma toppdomän. I förhållande till varumärke gäller i alla fall den fördelen för domännamnsinnehavaren att ingen annan kan använda sig av exakt samma domännamn (toppdomän samt underdomäner) som kännetecken på Internet. För att domännamn skall kunna fungera som kännetecken måste missbruk som reverse domain name hijacking stävjas.

Den som bygger upp sin legitima verksamhet runt ett domännamn måste också kunna vara säker på att få behålla detta. Problemet har uppmärksammats och WIPO-avgöranden har visat att man inte accepterar otillbörliga försök att få visst domännamn överfört till sig.

### 8.3 Avslutande kommentar

Framtiden vad gäller domännamn är naturligtvis nästan omöjlig att förutse, men att denna typ av kännetecken kommer att vara fortsatt stark under en överskådlig tid tror nog de flesta. Katalogtjänster har diskuterats för att få bort fokuseringen på domännamn, men någon sådan har inte på allvar realiserats och med tanke på lanseringen av nya toppdomäner kommer jakten på attraktiva domännamn troligen även i framtiden att fortsätta. Vad gäller hur man skall se på den handel som förekommer med domännamn idag rör det i grund och botten hur domännamnet skall ses sakrättsligt. Innan man kommit fram till om domännamn är att betrakta som egendom kan man inte avgöra om det är en immateriell rättighet. Möjligheterna att använda domännamnet som en reell tillgång i ett företag är svårt så länge fortsatt osäkerhet råder. Att problematiken inte är löst är ganska givet, men jag tror att en lösning så småningom måste komma – det är nog i det närmaste en förutsättning för att domännamn skall kunna fortsätta att användas och behålla sin popularitet som kännetecken.

Det faktum att ingen lagstiftning är tillämplig på generiska ord och till viss del inte heller geografiska namn gör att registreringen av dessa som domännamn inte kan anses vara förbehållen någon annan än den som kommer först. Därmed står det i princip vem som helst fritt att registrera och använda sig av dessa grupper av domännamn. Det är således främst vad gäller användningen av sådana domännamn som kännetecken som vi kan komma att prata om en eventuell ”domännamnsrätt”. Vad en domännamnsrätt skulle innebära är det ingen som vet idag eftersom någon sådan ännu inte definierats. Grunden för en eventuell domännamnsrätt kan sägas vara en rätt som gäller specifikt för domännamnsinnehavaren och som inte utgör bekräftande eller utvidgande av annan befintlig rätt. För att kunna fastställa en domännamnsrätt måste man klargöra vad en domännamnsregistrering egentligen innebär. Därmed kan man få svar på frågor som vilken rätt en domännamnsinnehavare har att använda domännamnet som kännetecken utanför Internet (som t.ex. teatern.nu gör) samt vilken rätt en domännamnsinnehavare har att överlåta domännamnet. Oklarheten kring dessa och dylika frågeställningar skapar idag en osäkerhet som leder till att användningen av domännamn begränsas. Ett led på vägen mot en definition av en eventuell domännamnsrätt måste vara att klargöra den sakrättsliga statusen för domännamn. Så har ännu ej skett och därmed är det knappast möjligt att idag försöka fastställa vad en domännamnsrätt omfattar.

Internets gränslösa natur som är dess största tillgång är kanske också dess största svaghet och medför stora svårigheter vad gäller att få till stånd en enhetlig reglering gällande synen på domännamn. Det kan vara berättigat att

ställa frågan om det överhuvudtaget är eftersträvansvärt att lagstifta om Internet. Meningen från början var ett fritt nät utan några egentliga regler och om nätet regleras försvinner också en del av den ursprungliga grundidén. Som Internet utvecklats fram tills idag anser jag det dock vara oundvikligt att inte försöka genomföra viss reglering vad gäller domännamn – åtminstone om man vill att domännamnen skall ha dagens funktion även i framtiden. Sammanfattningsvis borde som min undersökning visar domännamnet definieras förmögenhets- och sakrättsligt för att möjliggöra ett klarläggande av en domännamnsrätt. På så sätt utreds var gränserna går för användningen av domännamn som kännetecken inbegripet rätten att använda detta även utanför Internet.

# Bilaga A Utdrag ur UDRP

## Utdrag ur Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy

(As Approved by ICANN on October 24, 1999)

(...)

**2. Your Representations.** By applying to register a domain name, or by asking us to maintain or renew a domain name registration, you hereby represent and warrant to us that (a) the statements that you made in your Registration Agreement are complete and accurate; (b) to your knowledge, the registration of the domain name will not infringe upon or otherwise violate the rights of any third party; (c) you are not registering the domain name for an unlawful purpose; and (d) you will not knowingly use the domain name in violation of any applicable laws or regulations. It is your responsibility to determine whether your domain name registration infringes or violates someone else's rights.

**3. Cancellations, Transfers, and Changes.** We will cancel, transfer or otherwise make changes to domain name registrations under the following circumstances:

(...)

b. our receipt of an order from a court or arbitral tribunal, in each case of competent jurisdiction, requiring such action; and/or

c. our receipt of a decision of an Administrative Panel requiring such action in any administrative proceeding to which you were a party and which was conducted under this Policy or a later version of this Policy adopted by ICANN. (See [Paragraph 4\(i\)](#) and [\(k\)](#) below.)

We may also cancel, transfer or otherwise make changes to a domain name registration in accordance with the terms of your Registration Agreement or other legal requirements.

## **4. Mandatory Administrative Proceeding.**

This Paragraph sets forth the type of disputes for which you are required to submit to a mandatory administrative proceeding. These proceedings will be conducted before one of the administrative-dispute-resolution service providers listed at [www.icann.org/udrp/approved-providers.htm](http://www.icann.org/udrp/approved-providers.htm) (each, a "Provider").

**a. Applicable Disputes.** You are required to submit to a mandatory administrative proceeding in the event that a third party (a "complainant") asserts to the applicable Provider, in compliance with the Rules of Procedure, that

(i) your domain name is identical or confusingly similar to a trademark or service mark in which the complainant has rights; and

(ii) you have no rights or legitimate interests in respect of the domain name; and

(iii) your domain name has been registered and is being used in bad faith.

In the administrative proceeding, the complainant must prove that each of these three elements are present.

**b. Evidence of Registration and Use in Bad Faith.** For the purposes of [Paragraph 4\(a\)\(iii\)](#), the following circumstances, in particular but without limitation, if found by the Panel to be present, shall be evidence of the registration and use of a domain name in bad faith:

(i) circumstances indicating that you have registered or you have acquired the domain name primarily for the purpose of selling, renting, or

otherwise transferring the domain name registration to the complainant who is the owner of the trademark or service mark or to a competitor of that complainant, for valuable consideration in excess of your documented out-of-pocket costs directly related to the domain name; or

(ii) you have registered the domain name in order to prevent the owner of the trademark or service mark from reflecting the mark in a corresponding domain name, provided that you have engaged in a pattern of such conduct; or

(iii) you have registered the domain name primarily for the purpose of disrupting the business of a competitor; or

(iv) by using the domain name, you have intentionally attempted to attract, for commercial gain, Internet users to your web site or other on-line location, by creating a likelihood of confusion with the complainant's mark as to the source, sponsorship, affiliation, or endorsement of your web site or location or of a product or service on your web site or location.

**c. How to Demonstrate Your Rights to and Legitimate Interests in the Domain Name in Responding to a Complaint.**

When you receive a complaint, you should refer to [Paragraph 5](#) of the Rules of Procedure in determining how your response should be prepared. Any of the following circumstances, in particular but without limitation, if found by the Panel to be proved based on its evaluation of all evidence presented, shall demonstrate your rights or legitimate interests to the domain name for purposes of [Paragraph 4\(a\)\(ii\)](#):

(i) before any notice to you of the dispute, your use of, or demonstrable preparations to use, the domain name or a name corresponding to the domain name in connection with a bona fide offering of goods or services; or

(ii) you (as an individual, business, or other organization) have been commonly known by the domain name, even if you have acquired no trademark or service mark rights; or

(iii) you are making a legitimate noncommercial or fair use of the domain name, without intent for commercial gain to misleadingly divert consumers or to tarnish the trademark or service mark at issue.

(...)

# Bilaga B Utdrag ur Domännamnsregler i Sverige

Regler för registrering av domännamn under toppdomänen ".se", version 2.0  
(DomännamnsRegler i Sverige)

## *Allmänna regler*

### **REGEL A:**

Ett domännamn i Sverige (.se) får bestå endast av bokstäverna a-z, siffrorna 0-9 samt bindestreck. Det måste inledas och avslutas med en bokstav eller siffra, och får inte bestå uteslutande av siffror.

Domännamnet bör innehålla minst tre tecken, och får maximalt innehålla 63 tecken.

### **REGEL B:**

Domännamnet skall avse en verksamhet med anknytning till Sverige samt återspegla verksamhetens namn såsom det är angivet på av svensk myndighet utfärdat registreringsbevis.

Innehåller namnet nationella tecken (exempelvis å, ä eller ö), skall dessa translittereras enligt Bilaga 2.

### **REGEL C:**

Endast ett domännamn kan registreras per verksamhetsnamn.

### **REGEL D:**

Domännamn får inte registreras:

- om det är identiskt med tidigare registrerat domännamn under samma domän,
- om det avser en underdomän till ett redan registrerat domännamn,
- om det är uppenbart ägnat att väcka förargelse eller strida mot goda seder,
- om det är ägnat att vilseleda allmänheten,
- om det enbart består av ett geografiskt ord.

### **REGEL E:**

Registreringsenheten tillämpar en "först-till-kvarn"-princip vid tilldelning av domännamn, det vill säga ansökningarna bedöms i den turordning de inkommit till registreringsenheten.

Följande regler innehåller specialbestämmelser för skilda typer av verksamhet.

I den mån en specialregel uttryckligen avviker från Allmänna Regler, har lydelsen i specialregeln företräde.

## *Verksamhet under registrerad firma*

### **REGEL F:**

Avser domännamnet firma skall denna vara registrerad hos Patent- och registreringsverket (PRV) eller av annan svensk myndighet ha tilldelats ett organisationsnummer.

Avser domännamnet ett utländskt företags svenska filial, skall sökandens filialfirma vara registrerad hos PRV.

Såväl huvudfirmor som bifirmor och parallellfirmor kan vara underlag för registrering av domännamn.

Avser domännamnet enskild firma med säte i Sverige, men som inte är registrerad hos PRV, registreras domännamnet i enlighet med Regel N.

## *Verksamhet i form av registrerat varumärke*

### **REGEL G:**

Avser domännamnet varumärke, skall detta registreras under huvuddomänen .tm.se.

### **REGEL H:**

Med begreppet varumärke avses kännetecken med följande egenskaper:

Ordmärke, det vill säga en kombination av bokstäver och/eller siffror, som inte kombinerats med figur, särskild logotyp eller annat särskilt utförande, och som består av två eller fler tecken efter nödvändig translitterering.

Omfattas vissa av de i varumärket ingående bokstäverna eller siffrorna av uttrycklig disclaimer, skall även dessa delar ingå i domännamnet.



**REGEL I:**

För att varumärke skall kunna registreras som domännamn, skall varumärket vara skyddat enligt något av följande tre alternativ:

- Nationellt kännetecken för varor eller tjänster som är registrerat hos Patent- och registereringsverket (PRV), där registreringen vunnit laga kraft,
- Internationellt kännetecken, som är skyddat i enlighet med det sk Madridprotokollet och efter designering har registrerats *samt* registreringen vunnit laga kraft i Sverige, eller
- Kännetecken, som genom registrering såsom Gemenskapsvarumärke ("EG-märke") hos registreringsmyndigheten OHIM i Alicante, Spanien, äger laga kraft i Sverige.

**REGEL J:**

Endast hela ordvarumärket, såsom det framställs på registreringsbeviset och efter nödvändig translitterering, kan registreras som domännamn

*Offentlig verksamhet***REGEL K:**

Primärkommuner och landstingskommuner kan registrera namnet på kommunen eller landstinget med eller utan tillägget "kommun" respektive "landsting". Registrering kan ske antingen på svenska eller i direkt översättning till annat språk.

Organ inom primärkommuner eller landstingskommuner, såsom skolor och sjukhus, kan inte registrera egna huvuddomäner. Domännamn för dessa organ är hänvisade till att ligga som underdomäner under respektive kommuns eller landstings huvuddomän.

**REGEL L:**

De geografiska ord som avser landskap är reserverade för respektive länsstyrelse. I de fall ett landskapsnamn delas av flera olika län, får de berörda länsstyrelserna gemensamt bestämma vilken länsstyrelse inom landskapet som skall vara huvudman för landskapets domännamn. Endast en länsstyrelse kan vara huvudman för varje landskapsanknutet domännamn. Registrering av landskapsnamn får, där så är nödvändigt, ske i tillägg till länsstyrelsens eget domännamn.

**REGEL M:**

Statliga myndigheter kan registrera myndighetens namn och/eller myndighetens officiella förkortning (akronym eller annan naturlig förkortning) av namnet som domännamn. Registrering kan ske på svenska eller i direkt översättning till annat språk. Statliga myndigheter kan även registrera annan allmänt erkänd benämning på myndigheten, om inte särskilda skäl talar mot en sådan registrering.

Vad som gäller för svenska myndigheter enligt föregående stycken kan även tillämpas på mellanstatliga och överstatliga organisationer som erkänts av Sverige.

(...)

*Privatpersoner***REGEL R:**

Endast privatpersoner kan registrera domännamn under huvuddomänen .pp.se

För registrering krävs att sökanden har svenskt personnummer eller samordningsnummer och kan uppvisa handling som styrker detta.

Inga krav på återspeglning av namnet enligt regel B ställs för underdomäner till .pp.se.

# Litteraturförteckning

## Offentligt tryck

SFS 1960:644 Varumärkeslag

SFS 1962:700 Brottsbalk.

SFS 1974:156 Firmalag.

SFS 1982:670 Namnlag.

FN:s deklaration om de mänskliga rättigheterna.

## Litteratur

Ahlqvist, Fredrik *Släktnamnshindret i svensk varumärkesrätt*, IFIM Gröna serien 82/1995.

Bernitz, Ulf *Immaterialrätt*, 6 uppl., Stockholm 1998.

Carlén-Wendels, Thomas *Nätjuridik*, 3 uppl., Stockholm 2000.

Heveus, Erika *Varumärken i globala nätverk*, IFIM Gröna serien 90/1997.

Holmqvist, Lars *Varumärkens särskiljningsförmåga*, Stockholm 1999.

Håstad, Torgny *Sakrätt avseende lös egendom*, 5 uppl., Stockholm 1995.

Koktvedgaard, Mogens  
Levin, Marianne *Lärobok i immaterialrätt*, 6 uppl., Stockholm 2000.

Levin, Marianne *Made in Sweden*, Stockholm 1990.

Levin, Marianne *Praktisk varumärkesrätt*, Stockholm 1998.

Lindberg, Agne  
Westman, Daniel *Praktisk IT-rätt*, 3 uppl., Stockholm 2001.

Lundberg, Johan *Internet, domännamn och svensk rätt*, Uppsala 1997.

Walín, Gösta *Panträtt*, 2 uppl., Stockholm 1998.

## Artiklar

- Bogdan, Michael *Något om namnintrång på det gränslösa nätet*, Festskrift till Gunnar Karnell, Stockholm 1999.
- Ferguson, Louise *Geographic Domains on Shaky Ground*; artikel från The Standard 000811; [www.thestandard.com](http://www.thestandard.com).
- Flynn, Laurie J *Trademarks Winning Domain Fights*, artikel från The New York Times 000904; [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com).
- Johansson, Olle E. *Domänadressen är lika ointressant som boxnumret*, artikel från Datateknik 980326; [www.datateknik30.se](http://www.datateknik30.se).
- Lindstedt, Urban *Allt färre registrerar domännamn*, artikel från Internet World 010420; <http://nyheter.idg.se>.
- Lipton, Jacqueline *What's in a (Domain) Name? Web Addresses as Loan Collateral*, artikel från The Journal of Information, Law and Technology; <http://elj.warwick.ac.uk/jilt/99-2/lipton.html>.
- Nagendra, Chetan *The Politics of Reverse Domain Name Hijacking*, artikel från The Internet Law Journal; [www.tilj.com](http://www.tilj.com).
- Naylor, Lisa *Individuals Getting Wiped Out by WIPO*, artikel från The Standard 000905; [www.thestandard.com](http://www.thestandard.com).
- Pawlo, Mikael *Domännamnets juridiska status*, NIR nr 2/98.
- Pawlo, Mikael *Domännamn är varumärken*, artikel från Computer Sweden nr 20/98; <http://computersweden.idg.se/arkiv/>.
- Silling, Ulf *Domännamn kraftigt överskattade*, artikel från Computer Sweden nr 14/98; <http://computersweden.idg.se/arkiv/>.
- Svanberg, Lennart *Domännamnet gäller*, artikel från Computer Sweden 991020; <http://computersweden.idg.se/arkiv/>.
- Wallberg, Knud *Om brug af varumærker og domænavne på Internettet*, UFR 3/97.

Wasserman, Elisabeth      *Give Me Back My Domain Name*, artikel från  
The Standard 990906; [www.thestandard.com](http://www.thestandard.com).

### **Refererade webbplatser**

[www.amazon.com](http://www.amazon.com)

[www.cars.com](http://www.cars.com)

[www.computer.com](http://www.computer.com)

[www.computers.com](http://www.computers.com)

[www.flower.com](http://www.flower.com)

[www.flowers.com](http://www.flowers.com)

[www.igoldrush.com](http://www.igoldrush.com)

[www.netcraft.com](http://www.netcraft.com)

[www.news.com](http://www.news.com)

[www.passagen.se](http://www.passagen.se)

[www.teatern.nu](http://www.teatern.nu)

[www.torget.se](http://www.torget.se)

[www.vasa.se](http://www.vasa.se)

[www.wasa.se](http://www.wasa.se)

### **Övrigt**

Regler för registrering av domännamn under toppdomänen ".se", version 2.0  
(DomännamnsRegler i Sverige); [www.iis.se](http://www.iis.se).

Allmänna villkor för registrering av domännamn under toppdomänen ".se";  
[www.nic-se.se](http://www.nic-se.se).

Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy; [www.icann.org](http://www.icann.org).

Rules for Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy;  
[www.icann.org](http://www.icann.org).

Final Report of the WIPO Internet Domain Name Process; [www.wipo.org](http://www.wipo.org).

Interim Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process;  
[www.wipo.org](http://www.wipo.org).

Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process;  
[www.wipo.org](http://www.wipo.org).

# Rättsfallsförteckning

## Svenska rättsfall

Mål nr 202-00                      Volvo  
Stenungsunds Tingsrätt  
2001-01-17

RÅ 1985 Ab 8                      Chesterfield

## Avgöranden enligt UDRP

Allocation Network GmbH v. Steve Gregory, WIPO Case No. D2000-0016.

J. Crew International, Inc. v. crew.com., WIPO Case No. D2000-0054.

LIBRO AG v. NA Global Link Limited, WIPO Case No. D2000-0186.

Julia Fiona Roberts v. Russell Boyd, WIPO Case No. D2000-0210.

Süd-Chemie AG v. tonsil.com, WIPO Case No. D2000-0376.

Excelentísimo Ayuntamiento de Barcelona v. Barcelona.com Inc. WIPO Case No. D2000-0505.

Gordon Summer, k/k/a Sting v. Michael Urvan, WIPO Case No. D2000-0596.

Kur- und Verkehrsverein St. Moritz v. StMoritz.com, WIPO Case No. D2000-0617.

Madonna Ciccone, p/k/a Madonna v. Dan Parisi and "Madonna.com", WIPO Case No. D2000-0847.

Smart Design LLC v. Carolyn Hughes, WIPO Case No. D2000-0993.

Notar Eiendom AS v. LIPnet, WIPO Case No. D2000-1070.

Goldline International, Inc v. Gold Line, WIPO Case No. D2000-1151.

CGU Insurance plc v. Irving Remocker, WIPO Case No. D2000-1515.

Bruce Springsteen v. Jeff Burgar and Bruce Springsteen Club, WIPO Case No. D2000-1532

Port of Helsinki vs. Paragon International Projects Ltd, WIPO Case No.  
D2001-0002.

General Machine Products Company, Inc v. Prime Domains, ICANN Case  
No. FA0001000092531.