

NOEN KOMMENTARER OM FORHOLDET MELLOM VAREMERKERETTEN OG DOMENENAVN UNDER .NO



Av advokat Kari Anne Lang-Ree¹²

1. Innledning

Et domenenavn er en unik adresse som identifiserer IP-adressen til en maskin på internett. Domenenavnet har også en viktig kjennetegnfunksjon. Siden domenenavnet består av kombinasjoner av tall og bokstaver eller ord eller uttrykk, kan domenenavnet gjenspeile den virksomheten domeneinnehaveren driver ved å inkorporere domeneinnehaverens varemerke, foretaksnavn, eller vise hvilke typer varer eller tjenester innehaveren tilbyr eller en annen tilhørighet.

Tildeling av domenenavn under toppdomenet .no reguleres av det privatrettslige regelverket *Regelverk for .no* (Navnepolitikken)³. De alminnelige bestemmelsene i lov 26. mars 2010 nr. 8 om beskyttelse av varemerker (varemerkeloven) får også anvendelse på bruk av domenenavn som kjennetegn. Dette presiseres i forarbeidene til varemerkeloven, jf. Ot.prp. nr. 98 (2008-2009) s. 24. I denne artikkelen vil jeg se litt nærmere på forholdet mellom varemerkeretten og domenenavn under .no og konflikter mellom varemerkeinnehavere og domeneinnehavere.

Den som registrerer et domenenavn under .no er selv ansvarlig for at registreringen ikke er i konflikt med tredjemanns rettigheter til varemerker, foretaksnavn eller andre navnerettigheter. Domenenavnet skal heller ikke være i konflikt med regelverket for .no, norsk lov eller utgi seg for å angå offentlig forvaltning eller myndighetsutøvelse, jf. Navnepolitikken punkt 15 og 17.

Norid er registerenheten for .no. Tildelingen av domenenavn skjer etter Navnepolitikken og prinsippet "først i tid, best i rett". Norid undersøker ikke hvorvidt registreringen er i konflikt med norsk lov eller andres rettigheter. Søkeren må signere en egenerklæring hvor søkeren innestår for at registreringen ikke griper inn i tredjemanns rettigheter⁴. Søkeren samtykker også til å være bundet av avgjørelser fra domeneklagenemnda⁵. Domeneklagenemnda behandler klager på registrering og bruk av .no domener og klager på Norids avgjørelser.

¹ Advokatfirmaet Wikborg, Rein & Co, Oslo, e-post kal@wr.no. Kari Anne Lang-Ree er leder av domeneklagenemnda.

² Artikkelen er publisert i tidsskriftet Nordiskt Immaterielt Rättsskydd, NIR 6/2010, <http://www.nir.nu/>

³ Navnepolitikken er tilgjengelig på <http://www.norid.no/navnepolitikkk.html>

⁴ Se Navnepolitikken punkt 15, <http://www.norid.no/navnepolitikkk.html#link15>.

⁵ Mer informasjon om domeneklagenemnda, deres mandat og sammensetning ligger på hjemmesidene til Norid, se <http://www.norid.no/domenekonflikter/domeneklagenemnda/>.

Til tross for at Norid ikke etterprøver hvorvidt søkeren har rett til å registrere et domenenavn er ikke domenepirateri eller hamstring av domenenavn noe stort problem i Norge. Regelverket er da også relativt restriktivt. For å kunne registrere et domenenavn må innehaveren ha et organisasjonsnummer i Enhetsregisteret⁶ og hvert organisasjonsnummer kan ha maksimalt 20 domenenavn. Norid fremmet våren 2010 et høringsutkast om endringer i regelverket for .no, med forslag om at også privatpersoner skal kunne registrere domenenavn. Arbeidet er ikke avsluttet, men eventuelle endringer i regelverket ventes å være på plass våren 2011.

Domeneklagenemnda ble opprettet i 2003, og siden 2004 har kun en håndfull domenekonflikter blitt behandlet for norske domstoler⁷. Disse tvistene har i all hovedsak vært mellom varemerkeinnhavere og innehavere av domenenavn. Svært mange av klagesakene domeneklagenemnda behandler gjelder også varemerkerettigheter.

2. Generelt om forholdet mellom varemerker og domenenavn

Det er flere forskjeller mellom domenenavn og varemerker. En vesentlig forskjell er at flere rettighetshavere kan ha rett til å bruke det samme varemerket. Varemerket er et særpreget kjennetegn for bestemte grupper varer og tjenester, og andre rettighetshavere kan registrere et identisk varemerke for andre typer varer og tjenester.⁸ En annen forskjell er at innehaveren i utgangspunktet eier varemerkerettighetene på ubestemt tid. Varemerkeregistrering kan fornyes hvert 10. år et ubegrenset antall ganger. Retten til et registrert varemerke kan falle bort ved ikke-bruk, men innehaveren mister ikke varemerket så lenge registreringsavgiften er betalt og det ikke fremmes noen innsigelser mot registreringen. Videre er vernet geografisk avgrenset til de landene hvor varemerket er registrert eller det området varemerket er innarbeidet.

Et domenenavn er som nevnt en unik adresse til en maskin i nettverket. Egentlig er adressen fire serier med tall, f.eks. 145.97.39.155. Dette kalles en IP-adresse. Siden det for de fleste er lettere å huske et ord oversettes IP-adressen til et ord av en DNS-server⁹. Domenenavnene er unike siden de kun korresponderer til en bestemt adresse. Domenenavnet kan brukes i hele verden og vil alltid vise til den samme nettsiden.

Det er kanskje mest praktisk å sammenlikne et domenenavn med et telefonnummer. Domeneinnehaveren, eller domeneabonnten, får kun en bruksrett til domenenavnet, på linje med et telefonnummer. Et telefonnummer kan trekkes tilbake iht. den nasjonale nummerplanen. I hvilken grad Norid kan trekke tilbake et domenenavn fremgår av Navnepolitikken punkt 12. Eksempelvis kan Norid trekke tilbake et domenenavn dersom registreringen er foretatt på grunnlag av feilaktige opplysninger, dersom domeneabonnten ikke lenger er registrert i Enhetsregisteret eller det ikke oppnås kontakt med ansvarlig kontaktperson hos abonnten og ved manglende betaling av registreringsgebyr eller årsgebyr. Som "feilaktig opplysning" regnes også manglende undertegning av

⁶ Mer informasjon om Enhetsregisteret og de andre registrene hos Brønnøysundregistrene, se <http://www.brreg.no>.

⁷ Norid har en oversikt over rettssaker vedrørende domenenavn på sine nettsider, se <http://www.norid.no/domenekonflikter/rettssaker/>

⁸ Dersom varemerket er *velkjent* kan imidlertid varemerkeretten gjelde alle varer og tjenester, jf. varemerkeloven § 4 annet ledd

⁹ Mer informasjon DNS og IP-numre er tilgjengelig på Wikipedia, se http://no.wikipedia.org/wiki/Domain_Name_System

egenerklæringen. Domeneinnehaverens bruksrett til domenenavnet er presisert i Navnepolitikken punkt 14.2:

"Registrering av et domenenavn gir kun en bruksrett. Det gir ikke større eller andre rettigheter til navnet enn søker hadde fra før. Registrering medfører ingen innskrenkning i rettigheter andre måtte ha til å bruke navnet".

Som det fremgår av Navnepolitikken gir ikke selve registreringen av et domenenavn noen større rett til navnet enn søkeren hadde fra før. Registreringen eksterterer ingen rettigheter, verken til identisk varemerke, foretaksnavn eller lignende. Imidlertid kan domenenavnet også innarbeides og registreres som varemerke eller foretaksnavn, se punkt 3.

Både varemerker og domenenavn er formuesgoder som fritt kan overdras. I en kjennelse avsagt av Høyesterett i 2009 i en sak angående inndragning etter straffeprosessloven, HR-2009-01692-U, uttalte Høyesterett at innehaveren av et registrert domenenavn har en eksklusiv bruksrett til et gode som kan ha økonomisk verdi og at domenenavn således er en "ting" som kan inndras:

"Innehaveren av et registrert domenenavn har med andre ord en eksklusiv bruksrett til et gode som kan ha økonomisk verdi. At selve registreringen ikke får betydning for allerede etablerte rettigheter, for eksempel til et varemerke, endrer ikke dette.

Den likhet domenenavn har med andre formuesgoder som for eksempel varemerker, taler for at domenenavn kan beslaglegges".

Det er altså både likheter og ulikheter mellom varemerker og domenenavn. Det er verdt å merke seg at domenenavn i likhet med varemerker er formuesgoder, og at de alminnelige bestemmelsene i varemerkeloven får anvendelse på bruk av domenenavn som kjennetegn

3. Domenenavn kan registreres og brukes både som varemerker og som foretaksnavn

Domenenavnets kjennetegnfunksjon illustreres av en økende praksis med å registrere virksomhetens kjennetegn både som foretaksnavn, varemerke og domenenavn ved etablering av virksomheten. Et eksempel er forretningskjeden Elkjøp hvor foretaksnavnet er Elkjøp Norge AS, deres sekundære forretningskjennetegn er Elkjøp og de er innehavere av varemerkene ELKJØP og Elkjøp.no og domenenavnene elkjøp.no og elkjøp.no.

Noen foretak tar også med domenenavnet som en del av bedriftens varemerke, f.eks. det kombinerte varemerket "Den originale fiskebilen FISKEBILEN.NO", som selvfølgelig også er innehaver av domenenavnet fiskebilen.no. Et annet eksempel er fotballklubben Vålerenga hvor VÅLERENGA PÅ NETT - VPN.NO er registrert i Enhetsregisteret og de er innehaver av domenenavnet vpn.no.

Det er også mulig å innarbeide domenenavnet som et varemerke. Et eksempel som muligens er innarbeidet i Oslo-området er RASFARE.NO, som også er en del av et enkeltmannsforetak, RASFARE.NO Frode Olav Smith. Domenenavnet RASFARE.NO har blitt markedsført flere vintre i Oslos gater, på vimpler på hus hvor det er fare for takras eller hvor måking pågår.

Det er også flere eksempler på at telefonnumre er registrert både som en del av foretaksnavnet, varemerket og domenenavnet, f.eks. Opplysningen 1881 AS og Opplysningen AS som er innehavere av varemerkene www.1881.no, 1881.no, 1881 og varemerkesøknaden OPPLYSNINGEN 1881 og domenenavnet 1881.no.

Kravet om særpreg må selvfølgelig være oppfylt også for domenenavn som søkes registrert som varemerker. Det kan bemerkes at Patentstyret neppe tillegger delene www. eller .no noen vekt som adskillende momenter. På samme måte praktiseres den danske varemerkeretten, se Varemærkeret av Knud Wallberg s. 177.¹⁰

Videre er det verdt å merke seg at selv om et foretak registrerer et foretaksnavn eller et varemerke som inneholder et domenenavn, så gir ikke det noen rett til domenenavnet. Foretaket kan f.eks. miste et registrert domenenavn dersom reglene i Navnepolitikken ikke oppfylles. Dersom flere foretak har rettigheter til samme navn, f.eks. fiskebilen (det er registrert 9 foretak i enhetsregisteret som inneholder navnet FISKEBILEN), kan det også bli vanskelig å få domenenavnet tilbake dersom en annen rettighetshaver har registrert det i mellomtiden.

4. Konflikter mellom varemerkeinnhavere og domenenavn avgjort etter varemerkeloven

Klager på domeneregistreringer fra varemerkeinnhavere som bringes inn for domeneklagenemnda avgjøres etter Navnepolitikken for .no. Praksis viser at tvister mellom varemerkeinnhavere og domeneinnhavere som bringes inn for de alminnelige domstoler avgjøres etter varemerkeloven eller etter markedsføringsloven og kravet om god forretningsskikk.

Når tvisten avgjøres etter varemerkeloven blir spørsmålet om bruken av domenenavnet krenker varemerkerettigheten slik den er regulert i varemerkeloven § 4 om varemerkerettens innhold.

For det første må domenenavnet ha blitt brukt *i næringsvirksomhet* for at varemerkerettigheten kan sies å ha blitt krenket. Per i dag kan ikke privatpersoner registrere domenenavn i Norge. For å få registrere et .no-domene må søkeren ha et organisasjonsnummer i Enhetsregisteret. Bakgrunnen er at det skal være enkelt for registerenheten å ha oversikt over og kunne komme i kontakt med innehaveren av domenenavnet. Dermed kan heller ikke utenlandske selskap registrere .no domener uten å opprette et selskap i Norge eller inngå en avtale med et norske selskap som kan fremtre som eier overfor Norid.

Det har så langt ikke kommet på spissen hvorvidt bruken av et domenenavn gjøres i næringsvirksomhet. I de sakene som har kommet opp så langt har kravet vært oppfylt. Domenenavn registreres gjerne for å generere reklameinntekter eller trafikk til et nettsted hvor det tilbys forskjellige varer eller tjenester, eller for å selge domenenavnet.

For det andre må domenenavnet ha blitt *brukt som et kjennetegn* for at varemerkerettighetene kan sies å ha blitt krenket. EU-domstolen formulerer det slik at navnet må brukes som en del av innehaverens egen kommersielle kommunikasjon for at varemerkerettigheten skal være

¹⁰ Knud Wallberg, Varemærkeret, 4. Udgave 2008, Jurist- og Økonomforbundets Forlag.

krenket. Dette fremgår av Google Adwords-avgjørelsene¹¹ som gjelder varemerker brukt som søkeord.

Dersom domenenavnet kun er registrert hos registerenheten, og ikke tatt i bruk verken med DNS-tjeneste eller e-post tjeneste, er det på bakgrunn av norske rettspraksis klart at kravet om bruk ikke er oppfylt. Dette fremgår uttrykkelig bl.a. i Ladbrokes.no avgjørelsen, 05-142671TVI-AHER/2, og Ellevilledager.no saken, 06-136792TVI-OTIR/08.

Sistnevnte sak gjaldt salgskampanjer på Steen & Strøm Magasin i Oslo som har blitt kalt ”*Elleville dager*” siden 1980-tallet. Etter hvert ble kampanjen ”*Elleville dager*” også brukt andre steder i landet som en følge av at eierne utvidet til totalt 26 kjøpesentre i Norge. Et annet selskap eid av motparten Utne registrerte så domenenavnet Ellevilledager.no. Tingretten uttalte i dommen:

"Utne har registrert domenenavnet «ellevilledager.no», men så langt ikke tatt det i bruk. Domenenavnet har således ikke hatt noen funksjon som varekjenne tegn for Utne, jf. varemerkeloven § 4 første ledd første punktum. Det kan i en slik situasjon tenkes anlagt et fastsettelsessøksmål overfor forventet bruk i strid med varemerkeloven, men slik saken her er lagt opp er det selve registreringen som angripes. Ettersom registreringen i seg selv uansett ikke kan sies å utgjøre et brudd på en eventuell varmerkerett, finner retten det ikke nødvendig å ta stilling til om Steen & Strøm har oppnådd varemerkerett til « elleville dager » ved innarbeidelse."

Varemerkeloven av 1961 § 4, som det vises til i dommen, er sammen med § 6 i det vesentlige videreført i varemerkeloven av 2010 § 4. Oslo tingrett kom til at registreringen av ellevilledager.no var i strid med god forretningsskikk, jf. markedsføringsloven av 1972 § 1 (nå § 25 i markedsføringsloven av 2009).

Oslo tingrett konkluderte også i en sak fra 2004 om Google.no, 03-009203TVI-OTIR/02, med at det vanskelig kunne sies at et tilbud eller salg av et domenenavn i seg selv representerte et varemerkeinngrep. Samme forståelse legges til grunn i dansk rettspraksis og juridisk teori. Mads Bryde Andresen skriver i IT-retten s. 517¹² at:

"Er der alene opsat en navneservice (dns) for et domænenavn, der er identisk eller forvekslelig med en varemærket, men ikke etableret funktionsdygtige web- eller e-post-adresser, følger det af hidtidig retspraksis, at denne registrering ikke i sig selv indebærer en erhvervsmæssig ibrugtagning af varemærker eller forretningskendetegn."

Det er likevel mulig å angripe en ren registrering av et domenenavn dersom det kan sannsynliggjøres at domenenavnet er registrert kun for å selge domenenavnet til varemerkeinnhaveren. Dette fremgår av Ladbrokes-avgjørelsen fra Asker og Bærum tingrett fra 2006¹³ og Oversikt over norske varemerkerett s. 245¹⁴ hvor Birger Stuevold Lassen og Are Stenvik skriver at:

¹¹ EU domstolens avgjørelse i de forente sakene C-236/08 og C-238/08

¹² Mads Bryde Andersen, It-retten, 2. utgave 2005, Gads Forlag

¹³ Ladbrokes.no avgjørelsen 05-142671TVI-AHER/2

¹⁴ Birger Stuevold Lassen og Are Stenvik, Oversikt over norske varemerkerett, Institutt for privatrett Universitetet i Oslo, Stensilserie nr. 163, 2. utgave 2003, Bind I

"Det kan ikke være tvilsomt at innehaveren av et kjent varemerke kan gripe inn overfor det regelrette misbruk, som f.eks. der et domenenavn er registrert utelukkende med sikte på salg av domenenavnet til merkehaveren, og i kraft av alminnelige rettsgrunnsetninger kreve at innehaveren av registreringen sletter denne."

Dette ble skrevet før domeneklagenemnda ble opprettet, og i dag avgjøres de fleste slike tvister av domeneklagenemnda fremfor de alminnelige domstoler.

For det tredje må kravet om *forvekslingsfare* være oppfylt. I forhold til *kjennetegnslighet* må det kunne legges til grunn at retten ved sammenlikning av et varemerke og et domenenavn ser bort fra elementene www. og .no, på samme måte som ved vurderingen av særpreg, se punkt 3.

Volvoimport.no-saken, Rt 2004 s.1474, er et eksempel på at bruken av et kjennetegn gav inntrykk av at det var en forbindelse mellom domeneinnehaveren og varemerket. Innehaveren av domenenavnet var en uavhengig Volvo-importør fra autoriserte forhandlere i Sverige. Høyesterett uttalte i forhold til forvekslingsfare og om bruken av domenenavnet kunne hjemles i konsumpsjonsregelen at:

"Som nevnt anser jeg « volvo » for å være den dominerende delen av domenenavnet. « Import » beskriver den virksomheten som varemerkeinnehaveren selv driver. Videre legger jeg til grunn at det ikke er utbredt at Volvoforhandlere bruker « volvo » som en del av sitt domenenavn eller som sekundært kjennetegn, og at tilsvarende heller ikke er vanlig blant forhandlere som selger andre bilmerker. Jeg er da enig med Volvo Personbiler Norge AS i at bruken av « volvo » i domenenavnet skaper en sterk forventning hos publikum om at det er tilhørighet eller i alle fall en forretningsmessig forbindelse mellom Hoppestad og Volvokonsernet.

Riktignok går det uttrykkelig frem av Hoppestads hjemmeside at han er en uavhengig importør. Men det blir man først oppmerksom på når man er kommet inn på hjemmesiden. Da har det - som ankemotparten sterkt har fremhevet - allerede skjedd en utnyttelse av goodwill."

Domenenavnet volvoimport.no ble pålagt slettet.

Vilkåret om *forvekslingsfare* gjelder også i forhold til *vareslagslighet*. I Ladbrokes.no saken fra 2006 kom Asker og Bærum tingrett til at dersom domenenavnet, slik domeneinnehaveren forklarte for retten, skulle bruke domenenavnet som en informasjonsside for salg av systemer rettet mot leger, ville forvekslingsfaren med spillfirmaet Ladbrokes Ltd være minimal.

I Google.no-saken fra 2004, 03-009203TVI-OTIR/02, kom Oslo tingrett til at kravet om forvekslingsfare var oppfylt selv om det ikke var vareslagsliket mellom solbriller (som domeneinnehaveren solgte på google.no) og søkemotortjenester. Retten uttalte videre at:

"Retten finner, selv om det er under noe tvil, at den omstendighet at salget skjer over en ”nettbutikk”, må være tilstrekkelig til at forholdet rammes av § 6 første ledd annet punktum. Denne bestemmelse forutsetter åpenbart at grensene for forvekselbarhet trekkes relativt vidt, slik at vedkommende firma sikres mulig fremtidig ekspansjon. I dette tilfelle er det fremtidige aktiviteter over internett som kan være aktuelt."

Rettspraksis er noe sprikende i forhold hvor vidt grensen for forvekselbarhet skal trekkes. I Google.no avgjørelsen går retten langt i å sikre varemerkeinnhaver mulig fremtidig ekspansjon til annen type virksomhet på nettet.

5. Tiltak for å hindre nye varemerkeinngrep fra domeneinnehavere

Varemerkeloven av 2010 har i § 59 om tiltak for å hindre nye varemerkeinngrep, fått en ny formulering i forhold til § 40 i varemerkeloven av 1961 (som den viderefører). I annet ledd presiseres "*andre tiltak*" til å omfatte sletting eller overføring av domenenavn:

"Retten kan også beslutte andre tiltak for å hindre nye varemerkeinngrep, herunder at inngriperen skal sørge for sletting eller overdragelse til den forurettede av domenenavn brukt i strid med varemerkeretten."

Formålet med bestemmelsen er altså å hindre nye varemerkeinngrep og det må nedlegges påstand om det aktuelle tiltaket. Norid sletter eller overfører domenenavn når det foreligger rettskraftig dom for det. Norid har også før denne presiseringen kom overført og slettet domenenavn iht. rettskraftig dom som "*annet tiltak*" etter § 40 i varemerkeloven av 1961.

6. Noen avsluttende kommentarer om avgjørelser fra domeneklagenemnda

Domeneklagenemnda skal være et raskt og billig alternativ til domstolene. En klagebehandling for domeneklagenemnda tar ca. en og en halv måned og klagegebyret er NOK 3.340 (4 ganger rettsgebyret). Som en prøveordning får klager refundert klagegebyret dersom klager får medhold. Norid har besluttet at denne prøveordningen skal gjelde inntil videre¹⁵.

Domeneklagenemnda avgjør klagesaker etter Navnepolitikken for .no, Vedlegg H¹⁶. Klager må dokumentere at klager har rettigheter til et navn eller merke som er identisk med eller forvekselbart med domenenavnet, og at domeneinnehaverens registrering eller bruk av domenenavnet er foretatt i ond tro, jf. Vedlegg H punkt 1.2. Kravet om ond tro tilsvarer kravet om "*bad faith*" i Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (UDRP) som WIPO treffer sine avgjørelser etter, bl.a. for klager på .com registreringer.

Klagen skal avgjøres innen 15 dager fra domeneklagenemnda har mottatt saken. Domeneklagenemnda skal bare avgjøre enkle saker og har hjemmel til å avvise saker som er så komplekse, tvilsomme eller dårlig opplyste at de ikke egner seg for behandling og avgjørelse i domeneklagenemnda, jf. Vedlegg H punkt 1.3. Domeneklagenemndas avgjørelse er endelig og kan ikke påklages videre, men partene kan senere fremme tvisten for domstolene. Domeneklagenemnda tilbyr også mekling mellom partene. Begge parter må ønske at det skal mekles i saken, ellers går saken rett til vanlig klagebehandling for nemnda.

Domeneklagenemnda kan til en viss grad sammenliknes med Konkurransetvalget som behandler tvister mellom næringsdrivende om anvendelsen av markedsføringsloven kapittel 6, §§ 25-31. Begge har en behandling basert på skriftlig prosedyrefremstilling og ingen av dem kan tilkjenne erstatning eller saksomkostninger. Domeneklagenemndas avgjørelser er imidlertid bindende, på den måten at Norid sletter eller overfører domenenavn i tråd med

¹⁵ Se <http://www.norid.no/nytt/gebyr-tilbake.html>

¹⁶ Se <http://www.norid.no/regelverk/vedlegg-h.html>

avgjørelsene, mens Konkurransautvalget gir rådgivende uttalelser. Domeneklagenemndas saksbehandling er noe raskere og billigere og hver part har kun anledning til ett skriftlig innlegg til domeneklagenemnda.

Navnepolitikken, som domeneklagenemnda treffer sine avgjørelser ut fra, tilsvarer ikke helt kravene i varemerkeretten, selv om noen av vurderingene likner. Hvorvidt domenenavnet er tatt i bruk eller kun registrert har i utgangspunktet ingen betydning selv om klager er en varemerkeinnhaver. Nemndas vurdering av kravet om forvekselbarhet etter navnepolitikken ser også ut til å være noe mindre streng enn tilsvarende vurdering etter varemerkeretten. Der varemerket og det registrerte domenenavnet er identiske viser nemndas praksis at kravet om forvekselbarhet anses å være oppfylt. Forvekslingsfare kommer sjelden på spissen siden det svært ofte er innehavere av identiske varemerker eller foretaksnavn som klager. Nemnda ser bort fra elementet .no ved forvekselbarhetsvurderingen og likestiller aa og a med å og o med ø, og har også likestilt norske og engelske ord i enkelte avgjørelser, som DOK-2008-39 redsnow.no.

I forhold til klager fra varemerkeinnhavere er det ikke minst varemerkets geografiske vern og spørsmål om hvorvidt varemerket er innarbeidet i flere områder, som skaper utfordringer. Der varemerket er registrert i Norge er selvfølgelig det geografiske omfanget av rettigheten til klager klar. Mer uklart er det når klager er innehaver av varemerker som er registrert i andre geografiske områder, men som i varierende grad også er kjent i Norge. Noen illustrerende eksempler fra domeneklagenemndas praksis er DOK-2010-18 lycamobile.no, DOK-2008-61 gaydar.no og DOK-2008-55 gemalto.no.

Alle avgjørelsene fra domeneklagenemnda er tilgjengelige på Norids nettsider¹⁷ og hos Lovdata på deres abonnementstjeneste.

Avslutningsvis kan det bemerkes at domeneklagesystemet i Norge ser ut til å fungere all den tid svært få tvister bringes inn for de alminnelige domstoler, mens et økende antall klager sendes inn til domeneklagenemnda. Nemnda har så langt behandlet i overkant av 250 klager. Dette er heller ikke et stort antall tatt i betraktning at det i dag er registrert nærmere 500.000 domenenavn under .no. Domenepirateri og hamstring av domenenavn er således ikke et stort problem i Norge i dag. En stor andel av klagen til domeneklagenemnda gjelder varemerkerettigheter og statistikken så langt viser at ca. 65% av alle klager gis medhold.

¹⁷ Se <http://www.norid.no/domenekonflikter/klagearkiv/?ar=2010>