

KLAGENÆVNET FOR DOMÆNENAVNE

J.nr.: 2017-0133

Klager:

London Car Wash I/S
Alsikevej 3
8920 Randers NV

v/ advokatfuldmægtig, cand.merc.jur. Stiven Larsen

Indklagede:

Martin Ørsted Grafisk design + illustration
c/o Martin Ørsted Rasmussen
Torebyvej 21
4891 Toreby L
Danmark

og

Reel registrant:
London Bilvask, Nykøbing Falster ApS
Østerbrogade 63
4800 Nykøbing F

Parternes påstande:

Klagerens påstand

Indklagede tilpligtes in solidum at overdrage domænenavnet ”londonbilvask.dk” til klageren.

Indklagedes påstand

Frifindelse.

Dokumenter:

Der er for klagenævnet fremkommet klageskrift af 10. juli 2017 med tre bilag (bilag 1-3), svarskrift af 18. august 2017 uden bilag, replik af 22. september 2017 med to bilag (bilag 4-5) og duplik af 16. oktober 2017 uden bilag.

Registreringsdato:

Domænenavnet ”londonbilvask.dk” er registreret den 28. marts 2017.

Sagsfremstilling:

Klageren er et interessentskab, der i Det Centrale Virksomhedsregister (www.cvr.dk) er registreret under navnet London Car Wash I/S (CVR-nummer 26867010) med startdato den 1. januar 2014, jf. bilag 3. Selskabet er registreret under branchekode "452010 Autoreparationsværksteder mv."

I klageskriftet er anført om baggrunden for klagen bl.a.:

"Denne sag drejer sig om, hvorvidt indklagede har registreret og anvender domænenavnet www.londonbilvask.dk i strid med Lov om internetdomæner § 25, stk. 1 om god domænenavnsskik

Om klagers virksomhed

Den 1. januar 2014 stiftede Armend Gashi og Selim Gashi interessentskabet London Car Wash I/S, som er registreret under branchekoden 452010 vedrørende autoreparationsværksteder mv. Klager driver virksomhed med klargøring af biler og har kunder fra hele Danmark.

London Car Wash blev oprindeligt stiftet af Antony Charles Roberts, men pr. 1. januar 2014 blev aktiviteterne og samtlige immaterielle rettigheder til London Car Wash overdraget til London Car Wash I/S.

Den 29. juli 2008 registrerede Antony Charles Roberts domænenavnet www.londoncarwash.dk fra hvilket domænenavn Antony Charles Roberts lige siden og indtil overdragelsestidspunktet har drevet sin virksomhed. Efter overdragelsestidspunktet har klager anvendt domænenavnet.

*Domænenavnet har således siden 1. januar 2014 været klagers online forretningskendetegn. Som **bilag 1** fremlægges whois-record fra DK Hostmaster vedrørende domænenavnet.*

Om indklagedes aktivitet

Indklagede oprettede den 24. januar 2017 selskabet under navnet "London Bil Vask ApS". Dette er pr. 7. juni 2017 ændret til "London Bilvask, Nykøbing Falster ApS", efter at klager gjorde London Bil Vask ApS opmærksom på, at der foreligger en immaterialretlig krænkelse, jf. nedenfor.

*Den 28. marts 2017 registrerede Martin Ørsted Rasmussen domænenavnet londonbilvask.dk. Som **bilag 2** fremlægges whois fra DK Hostmasters database.*

På londonbilvask.dk er der dog ingen tvivl om, at det er London Bilvask, Nykøbing Falster ApS, der anvender domænet, eftersom der i footeren er angivet selskabets navn og CVR-nr.

Af denne årsag er både Martin Ørsted Rasmussen som registrant og London Bilvask Falster ApS indklaget i denne sag.

Det juridiske standpunkt

"London car wash" er engelsk og betyder i oversat forstand "London Bil Vask", hvilket er nøjagtigt det selskabsnavn, som indklagede oprindeligt stiftede sit selskab under, ligesom indklagede anvender det oversatte navn som domænenavn.

Det gøres gældende, at klagers virksomhedsnavn og forretningskendetegn "London Car Wash" har særpræg. Det der i navnet har særpræg er London. Dette skyldes, at bilvask er en direkte

beskrivelse for tjenesteydelsens art. Da man ikke kan få eneret til beskrivende betegnelser, vil det bærende og særprægede element i virksomhedsnavnet derfor være London.

Af denne årsag har klager en varemærkeret til det særprægede virksomhedsnavn, der er omfattet af varemærkelovens § 4 samt markedsføringslovens § 18 (nugældende), navnlig når parterne udbyder samme tjenesteydelser.

I henhold til markedsføringslovens § 18 må erhvervsdrivende ikke benytte forretningskendetegn og lignende, der ikke tilkommer dem eller benytte egne kendetegn på en sådan måde, at det er egnet til at fremkalde forveksling med andres, i dette tilfælde klagers, hvilket er i strid med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1.

Som det fremgår af noterne til markedsføringslovens § 18, falder ikke blot forretningskendetegn herunder, men alt, hvad der med rimelighed kan opfattes som et kendetegn for en bestemt virksomhed, det vil sige, hvad der af publikum eller konkurrenter opfattes som synonym med vedkommendes virksomhed, således f.eks. domænenavne.

Publikum og konkurrenter vil opfatte "London Car Wash", "londoncarwash.dk", "London Bil Vask" og "londonbilvask.dk" som synonymymer for klagers virksomhed.

Klager har allerede erfaret, at kunderne forveksler firmaerne med hinanden, og at indklagedes hjemmeside, facebookside og øvrig markedsføring har skabt markedsforstyrrelser for klager.

I henhold til domænelovens § 25 må registranter ikke registrere og anvende domænenavne i strid med god domæneskik. Kravet om overholdelse af god domæneskik gælder både registrering, ibrugtagning, markedsføring [min understregning], overdragelse, anvendelse og opgivelse af domænenavn. Det har ikke været tilsigtet at indlægge nogen begrænsning i hvilke hændelser omkring registrering og brug af domænenavne, der kan være underlagt pligt til at følge god domænenavnsskik. De forhold, der indgår i vurderingen af god domænenavnsskik kan ikke alene angå registreringsøjeblikket, men også ethvert senere tidspunkt efter, at domænenavnet er registreret.

De forhold, der har relevans for klager er værdien, herunder den kommercielle værdi af domænenavnet, navnlig når der henses til, at klagers virksomhed bliver forvekslet med indklagedes.

Et andet hensyn er, at klagers eventuelle søgeoptimering af sit forretningskendetegn "london car wash" formentlig vil give indklagede en uberettiget fordel på klagers bekostning.

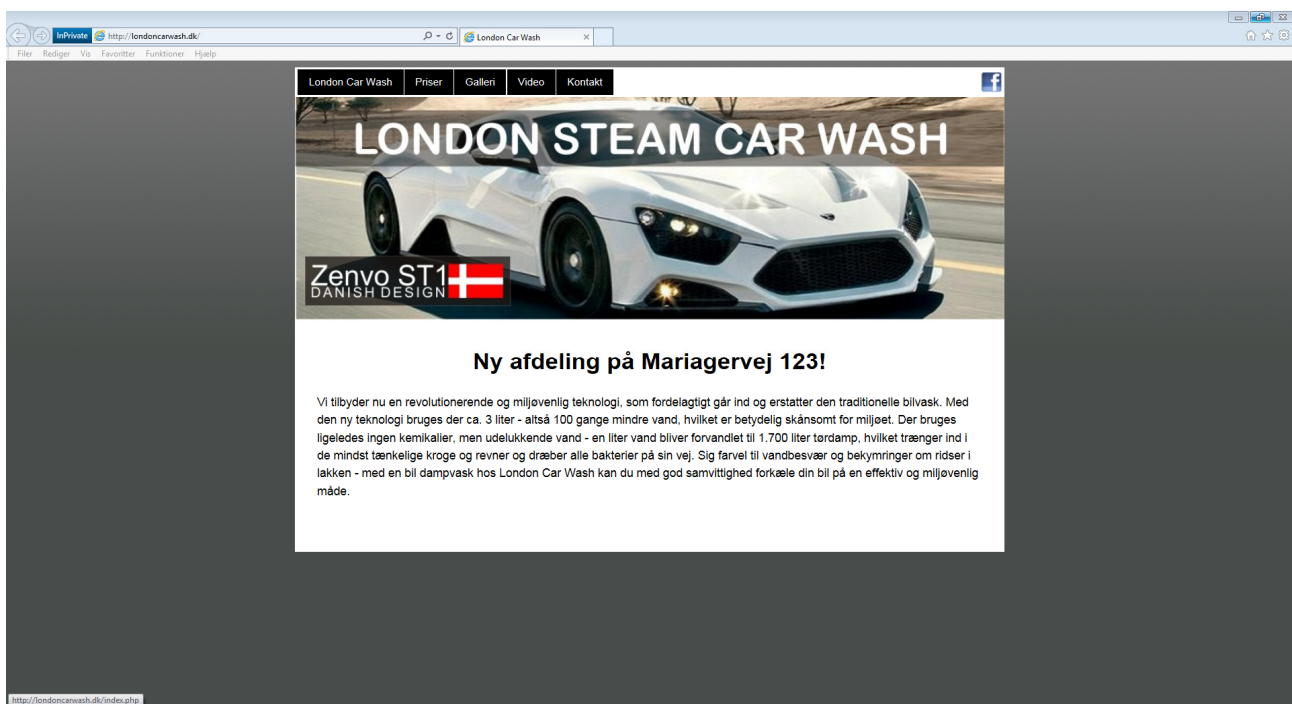
Det gøres således gældende, at klagerens interesser for domænenavnet "londonbilvask.dk" overstiger indklagedes interesser, ligesom det gøres gældende, at brugen og opretholdelsen af registreringen er i strid med god domænenavnsskik, idet der er nærliggende risiko for forveksling, jf. markedsføringslovens §§ 5 og 18 og 1. Det er samtidig i strid med god domæneskik at anvende et navn i sit domænenavn og selskabsnavn, som klager nyder varemærkeretlig beskyttelse af."

Som bilag 1 har klageren fremlagt kopi af udskrift af et opslag på "londoncarwash.dk" i DK Hostmasters WHOIS-database, hvoraf bl.a. fremgår, at klageren er registrant af domænenavnet og

Antony Charles Roberts er fuldmægtig. Det fremgår endvidere bl.a., at domænenavnet er registreret den 29. juli 2008.

Som bilag 2 har klageren fremlagt kopi af udskrift af et opslag på ”londonbilvask.dk”, hvoraf bl.a. fremgår, at Martin Ørsted Grafisk design + illustration er registrant af domænenavnet og fuldmægtig. Det fremgår endvidere bl.a., at domænenavnet er registreret den 28. marts 2017.

Ved opslag på klagerens domænenavn ”londoncarwash.dk” den 17. januar 2018 har sekretariatet taget følgende kopi:



Ved opslag den 14. juli 2017 på ”londonbilvask.dk” har sekretariatet taget følgende kopi:



Ved fornyet opslag herpå den 17. januar 2018 fremstod hjemmesiden i det væsentlige uændret.

I svarskriftet har indklagede bl.a. anført følgende:

"Klager har ved sit klageskrift dateret 9. juni 2017 beskrevet en række forhold under påskud af at være faktuelle, hvilket jeg i det følgende vil bestride.

Ad. "Om klagers virksomhed"

Klager driver bilvaskvirksomhed i Randers. Klager har ved sit klageskrift anført, at Klager "har kunder fra hele Danmark". Dette bestrides, idet det hverken er dokumenteret i de fremsendte bilag eller fremstår som værende plausibelt.

En national efterspørgsel på den ydelse, som Klager leveret, er meget usandsynlig henset til produktets egen beskaffenhed.

Det er ikke sandsynligt, at kunder vil køre uden for lokalsamfundet for at købe en ydelse, hvor startprisen ifølge Klagers hjemmeside er 150 kr. Transportomkostningerne forbundet hermed vil typisk i sig selv overstige prisen for selve ydelsen. Ligeledes taler besværet forbundet med transporten for dette.

Det savner mening at forestille sig, at en kunde rejser uden for lokalsamfundet for at købe en bilvask, når bilen på hjemvejen, på grund af snavs og skidt på vejene og fra vejret, alligevel bliver beskidt.

Endvidere bemærkes, at der i de fleste byer findes bilvaske, som vasker biler ved brug af damp som Klager. Selv i Randers, hvor Klager driver sin virksomhed, er der andre damp-bilvaske. Det er derfor svært at se, hvilket incitament kunder på nationalt plan skulle have for at tage til netop Randers for at få vasket bilen. Det svarer til, hvis et lokalt pizzeria hævdede, at de har kunder fra hele Danmark, som kommer for at købe deres italienske pizzaer.

Det er ikke i sagens bilag dokumenteret, hvornår domænenavnet londoncarwash.dk blev taget i brug i erhvervsmæssig henseender. Det er ikke usandsynligt, at domænenavnet slet ikke har været anvendt i en længere årrække. Ved et opslag på Waybackmachine ([url: https://web.archive.org/web/*/londoncarwash.dk](https://web.archive.org/web/*/londoncarwash.dk)), der viser hjemmesider i et historisk perspektiv, fremgår det således, at der ikke været nogen aktivitet på Klagers hjemmeside før ultimo 2011.

Ad. "Om indklagedes aktivitet"

Indklagede kan bekræfte, at Indklagede driver virksomhed gennem domænenavnet londonbilvask.dk, som tilhører indklagede. Indklagede driver alene virksomhed i Nykøbing Falster.

Indklagede bestrider, at Indklagede ændrede navn fra "London Bil Vask ApS" til "London Bilvask, Nykøbing Falster ApS" som følge af Klagerens henvendelse. Der er tale om et navneskifte foretaget for at korrigere en stavefejl samt i samme ombæring for at signalere virksomhedens lokale tilknytning til Nykøbing Falster over for kunderne.

3. Den juridiske vurdering

Indklagede kan alene bekræfte, at Indklagede driver virksomheder under forretningskendetegnet "London Bilvask, Nykøbing Falster ApS"

Det første man ser, når man tilgår indklagedes hjemmeside londonbilvask.dk, er tekstangivelsen "London Bilvask, Nykøbing F" med stor tekststørrelse. Denne tekst har fremgået af indklagedes hjemmeside i flere måneder. Bevæger man skærbilledet på indklagedes hjemmeside lidt ned ser man endvidere et google maps-landkort, som viser, at Indklagede alene driver virksomhed fra sin adresse i Nykøbing Falster.

Mulige kunder er derfor ikke i tvivl om, (i) hvilken virksomhed der drives fra domænenavnet londonbilvask.dk, og (ii) hvor virksomheden befinder sig geografisk.

Særpræg

Indklagede gør gældende, at Klagers forretningskendetegn ikke har særpræg.

Klager har i sit klageskrift argumenteret for, at klagers forretningskendetegn har særpræg ved at anføre, at når sidste del af kendetegnet, "Car Wash", mangler særpræg, fordi der er tale om en beskrivende betegnelse for ydelsen, så må første led i kendetegnet, "London", altså have særpræg. Der er tale om en logisk fejlslutning. Fraværet af særpræg i sidste led kan aldrig føre

til tilstedeværelsen af særpræg i første led. Derudover anfører Klager ikke andre holdepunkter for, at Klagers forretningskendetegn skulle nyde noget særpræg.

Indklagede har valgt betegnelsen "London" og "Bilvask" som en del af sit forretningskendetegn, fordi det beskriver den særlige vaskemetode, som anvendes og hidrører fra London. I London er det netop den personlige bilvask, der udføres i hånden, som er den gængse bilvask, hvorfor det har været naturligt for Indklagede at signalere over for sine kunder, at det netop er denne type bilvask, som Indklagede tilbyder sine kunder. Det samme må formodes at gøre sig gældende for så vidt angår Klager, idet Klager da udover betegnelsen "London Car Wash" tillige anvender betegnelsen "London Hand Car Wash". Indklagede gør derfor gældende, at betegnelsen "London Car Wash" i sin helhed er beskrivende for den ydelse, som leveres: En bilvask efter London-metoder og London-standarder.

Endvidere bemærkes, at "London" er et navneord og en geografisk betegnelse for en af verdens mest populære byer. Det er således naturligt, at virksomheder anvender betegnelsen London som led i deres markedsføring af mange forskellige grunde, eksempelvis for at signalere eksklusivitet eller dygtighed (fx London-standard bilvask), eller for eksempelvis at signalere oprindelse o.l.

Det er da også derfor, at der ved opslag på CVR-registret fremkommer 179 forskellige resultater, som viser at 179 virksomheder anvender betegnelsen "London" som hoved- eller binavn, herunder i deres markedsføring. [...] I et konkurrencefrit samfund, hvor der er vægtige hensyn at tage til erhvervslivet, belønnes man ikke for helt almindelige eller beskrivende betegnelser.

[...]

Grundet navnets meget almindelige og udbredte karakter har Klager da næsten heller ikke anvendt det på sin hjemmeside londoncarwash.dk, der fremstår meget banal og indeholder overskriften "London Steam Car Wash".

Der er derfor ingen vægtige hensyn, der taler for, at der bør tildeles Klager, en lille og lokal bilvask beliggende i Randers, en konkurrencefri position til bynavnet "London" på bilplejemarkedet.

Varemærke

Allerede fordi "London Car Wash" er en beskrivende betegnelse for ydelsen og i øvrigt gør brug af en helt almindelig betegnelse, har betegnelsen ikke noget særpræg, hvorfor der ikke kan gives nogen varemærkeretlig beskyttelse, jf. varemærkelovens § 13.

Klager har da heller ikke registreret betegnelsen "London Car Wash" som et varemærke, ligesom klager ikke har dokumenteret nogen form for indarbejdelse.

Markedsføringsloven

Af samme grund nævnt ovenfor, foreligger der ikke en krænkelse af markedsføringsloven. Der kan ikke efter markedsføringsloven gives beskyttelse til betegnelser, som mangler særpræg.

Derudover bemærkes, at hensynet bag markedsføringsloven er en beskyttelse af de erhvervsdrivende mod konkurrenters illoyale angreb. Det er bl.a. derfor, at beskyttelse i medfør af den nugældende markedsføringslovs § 22 (den lille generalklausul) alene udstrækker sig til det geografiske område, hvor virksomheden har sine kunder. Beskyttelse fordrer således tilstedeværelsen af en konkurrenceposition. Hvis man for argumentets skyld forestillede sig, at Klagers forretningskendetegn havde nogen særpræg, så ville denne beskyttelse efter markedsføringsloven strække sig til lokalområdet, dvs. Randers og omegn.

Idet Indklagede driver virksomhed 351 km fra Klager, hvilket ifølge "Google Maps" indebærer en transporttid i bil på knap 4 timer, er Indklager og Klager ikke i konkurrence med hinanden: De potentielle kunder befinder sig alene i lokalområdet, og der er derfor ingen mulighed for, at de vil forveksle virksomhederne med hinanden. På samme måde vil en kunde ikke forveksle et italiensk pizzeria i Randers med et italiensk pizzeria i Nykøbing Falster, selvom begge pizzeriaer eksempelvis anvender forretningskendetegnet "Pizza Italia" eller Italiano Pizza" o.l.: Kundegrupperne adskiller sig for meget geografisk.

Der er derfor ikke sket nogen krænkelse af markedsføringsloven.

I tilknytning hertil skal nævnes, at det første potentielle kunder ser ved at tilgå Indklagedes domæne londonbilvask.dk, er overskriften "Nykøbing F". Indklagede har derfor ikke handlet illoyalt og i strid med god markedsføringsskik, idet Indklagede har gjort rimelige bestræbelser for, at mulige kunder straks får kendskab til Indklagedes geografiske placering. Indklagede opfordrer Klagenævnet for Domænenavne til selv at besøge Indklagedes hjemmeside på www.londonbilvask.dk.

I øvrigt skal absurditeten i Klagers indbringelse af Indklagede for Klagenævnet for Domænenavne fremhæves. Klager ønsker beskyttelse til et beskrivende forretningskendetegn, der derudover gør brug af et helt almindeligt og populært bynavn som forretningskendetegn, hvorefter Klager vil påføre Indklagede, en mindre virksomhed, en hel række omkostninger ved at fratage Indklagede dennes retmæssige domænenavn. Det svarer til, at et lokalt pizzeria eller restaurant vælger at markedsføre sig ved at gøre brug af et – som Klager – lidet kreativt forretningskendetegn i form af "Italiano", for derefter at ville forhindre alle andre erhvervsdrivende i Danmark at gøre brug af samme. Dette ville man aldrig tillade, og et opslag på cvr.dk viser da også, at der er flere hundrede virksomheder, som opererer under virksomhedsnavnet "Italiano", "Italia", "Italiensk" sammen med en beskrivende betegnelse i form af "Pizzeria", "Restaurant" osv. Eksempelvis er der en virksomhed i CVR-registeret med navnet "Restaurant Italiano" og en anden virksomhed med navnet "Ristorante Italiano": Ingen af disse virksomheder har søgt at hindre hinanden i at gøre brug af deres helt almindelige og banale forretningskendetegn. Det er selvsagt.

Indklagede bestrider, at Klagers kunder har forvekslet virksomhederne med hinanden. Dette er ikke muligt, jf. ovenover om, at Indklagede både ved sit selskabsnavn, på sit domænenavn og på sin facebookside gør klart, at Indklagede operer i Nykøbing Falster. Det er det første, der springer i øjnene, når Indklagede markedsfører sig over for potentielle kunder.

Dersom Klager ønsker en konkurrencefri position i form af en eneret eller en markedsføringsretlig beskyttelse til sit forretningskendetegn, så står det Klager frit for at

anvende et særpræget forretningskendetegn, som ikke gør brug af beskrivende betegnelser og populære bynavne.

Domæneloven

Klager har i sit klageskrift anført, at Klager har en kommerciel værdi i domænenavnet londonbilvask.dk. Hertil bemærkes, at det er Klagers eget ansvar at registrere og tage i brug de domæner, som Klager mener kan have en værdi for Klager. Dette har Klager haft mange år til at gøre, hvis Klager vitterligt havde ment, at domænet londonbilvask.dk havde en kommerciel værdi for denne.

På samme måde har Klagers domæne, londoncarwash.com, kommerciel værdi for Indklagede: Indklagede har imidlertid accepteret den risiko, der består i at anvende en beskrivende betegnelse og et populært bynavn som forretningskendetegn og som domænenavn.

Indklagede har en stærk interesse i sit domænenavn londonbilvask.dk, da "London Bilvask" er en del af Indklagedes forretningskendetegn og virksomhedsnavn, ligesom Indklagede har investeret i meget markedsføringsmateriale, hvor domænenavnet fremgår.

Indklagede har derfor heller ikke handlet i strid med god domæneskik, og hverken varemærkeloven eller markedsføringsloven er i øvrigt overtrådt, jf. ovenfor.

Domænelovens § 25 er en retlig standard, der bl.a. udfyldes af den øvrige lovgivning. Når hverken varemærkeloven eller markedsføringsloven er overtrådt, vil det forhold, at der gøres brug af et bestemt domænenavn, derfor aldrig i sig selv kunne udgøre en krænkelse af domænelovens § 25. En krænkelse af bestemmelsen per se ved selve brugen af det bestemte domænenavn vil betyde, at der de facto tildeles en eneretlig beskyttelse til det forretningskendetegn, i hvilket det bestemte domænenavn indgår. Dette er hverken rimeligt eller formålet med bestemmelsen. Domænenavne er i dag den vigtigste måde for en virksomhed til at sprede sit forretningskendetegn, herunder for kunder til at finde oplysninger om virksomheden. At fratage Indklagede dennes domænenavn vil derfor de facto fratages muligheden for at markedsføre sig ved brug af sit registrerede virksomhedsnavn og forretningskendetegn.

I øvrigt bemærkes, at Klager ingen steder, hverken på sin Facebookprofil eller hjemmeside, har gjort brug af betegnelsen "London Bilvask", men har derimod alene anvendt betegnelsen "London Car Wash". Disse to forretningskendetegn er, selvom de betyder det samme, ikke ens, hvilket mulige kunder er opmærksomme på. Endvidere er det Klagers eget valg, at Klager alene har valgt at markedsføre sig ved brug af et engelsk virksomhedsnavn: Dette kan ikke komme Indklagede til last.

Indklagede har som anført ovenover i alle led af sin markedsføring, herunder i sit logo, klart markeret, at Indklagedes virksomhed er beliggende på Nykøbing Falster. Enhver kunde, som tilgår Indklagedes hjemmeside, vil derfor vide, hvilken virksomhed, der er tale om, og hvor den er beliggende. Indklagede drager på den måde ingen nytte af Klagers forretningskendetegn eller domænenavne, ligesom Klagers kundegruppe på grund af deres geografiske placering er irrelevante for Indklagede.

[...]"

I replikken har klageren bl.a. anført følgende:

"Det fastholdes, at Klager har kunder fra hele Danmark. Som bilag 3 fremlægges et udsnit af fakturaer, hvor det fremgår, at kunderne kommer fra det meste af Danmark.

I forhold til det materielle i sagen, er dette i øvrigt uden betydning.

Denne sag drejer sig om, hvorvidt klager har en navneret til London car wash og London Bilvask. Såfremt Klagenævnet for Domænenavne måtte komme frem til, at Klager har en navneret, skal sagen dernæst vurderes ud fra lov om internetdomæner § 25, stk. 1, herunder om indklagedes brug af et forretningskendetegn, der tilkommer klager, er i strid med god domænenavnsskik. Til vurdering heraf skal klagenævnet tage stilling til, om "London car wash" og "London bilvask" er forvekslelige.

Det er ikke korrekt, når indklagede i sit svarskrift side 3 øverst under punkt 3 anfører, at indklagede alene driver virksomhed under forretningskendetegnet "London Bilvask, Nykøbing Falster ApS". Dette navn er indklagedes vedtægtsmæssige forretningskendetegn, medens indklagede også som forretningskendetegn har "Londonbilvask" og London Bilvask". Indklagede anfører endog på side 6 i sit svarskrift:

Indklagede har da en stærk interesse i sit domænenavn londonbilvask.dk, da "London Bilvask" er en del af indklagedes forretningskendetegn [...]

Indklagede anerkender, at London Bilvask de facto er et forretningskendetegn.

Det fremgår tydeligt i indklagedes domænenavn (londonbilvask.dk) at indklagedes online forretningskendetegn er Londonbilvask.dk. I henhold til Karnovs noter til markedsføringslovens § 22 vedrørende forretningskendetegn fremgår følgende:

"Herunder falder ikke blot forretningskendetegn, der nyder beskyttelse efter særlovgivningen, men alt hvad der med rimelighed kan opfattes som et kendetegn for en bestemt virksomhed, dvs. hvad der er af publikum eller konkurrenter opfattes synonymt med vedk. virksomhed, således f.eks. domæneavne (se også domæneloven, L 2005 598 § 12) [...]"

Et domænenavn er således et forretningskendetegn, der er omfattet af markedsføringslovens bestemmelser. Det er ikke korrekt, når indklagede anfører at § 22 kun finder lokalt geografisk anvendelse. § 22 beskytter også mod forveksling på internettet, hvor størstedelen af markedsføringen sker i dag.

Klager har drevet virksomhed under navne "London car wash" i adskillige år og har markedsført sin virksomhed på londoncarwash.dk samt på Facebook. Klager har derfor opnået en beskyttelse efter markedsføringslovens § 22, jf. også omstændighederne i klagenævnets afgørelser i 2012-0239, 2012-0240 og 2012-0241 Jet Trade ApS mod Jon Sehested Rolskov Floris. Indklagede registrerede sit domænenavn 8 år efter, at klager registrerede sit domænenavn. Indklagede havde endda kopieret flere elementer, herunder billeder og logoer,

fra klagers hjemmeside, hvorfor indklagede har kendt til klagers virksomhed inden eller i forbindelse med registreringen af domænenavnet. Som bilag 4 fremlægges klagers brev af 29. maj 2017, hvor indklagede blev gjort opmærksom på, at han havde kopieret bilbilleder og produkttekster fra klager. Indklagede rettede herefter sin hjemmeside til, ligesom indklagede i øvrigt ændrede sit selskabsnavn.

Klagenævnet skal i vurderingen af, om forretningskendetegnene er forvekslelige, lægge vægt på de dominerende – karakteristiske” elementer i de to mærker. Som allerede gjort gældende, er det dominerende og karakteristiske element i de to mærker ”London”. Eftersom parterne er konkurrenter og det dominerende element er London, gøres det derfor gældende, at forretningskendetegnene er forvekslelige. Publikum vil opfatte ”Londonbilvask”, ”London Bilvask” og ”London Bil Vask” som synonymer med klagers virksomhed, hvorfor der er risiko for forveksling.

Efter markedsføringslovens § 22, skal der alene bestå en risiko for forveksling, førend brugen af et identisk forretningskendetegn er i strid med god markedsføringsskik. Dette er tilfældet.

Det gøres endeligt gældende, at ”London” har tilstrækkeligt særpræg for de ydelser, som parterne udbyder, hvorfor indklagede er uberettiget til at opretholde registreringen af londonbilvask.dk. Jeg henviser blandt andet til U.2002.1056/2S, uagtet af Bynet var et registreret varemærke.

B drev en internportal BYNET.DK og havde registreret domænenavnet BYNET.DK. Mærket BYNET fandtes at have tilstrækkelig særpræg for de varer og ydelser, for hvilke det var blevet registreret, S, der anvendte domænenavnet bynet-slagelse.dk, blev dømt til at anerkende at være uberettiget til at opretholde registreringen af internetdomænenavnet bynet-slagelse.dk. S måtte endvidere heller ikke anvende Bynet i forbindelse med markedsføring via sin hjemmeside.

Indklagede har anført, at der findes en London-metode eller London-standard for bilvask. Dette bestrides og er i øvrigt udokumenteret.

Indklagede har henvist til 179 andre virksomheder, der anvender betegnelsen London. Indklagede har blandt andet henvist til frisørsaloner, der anvender London i sit forretningskendetegn. Disse navne og virksomheder er uden sammenligning og relevans for denne sag.

*Det skal bemærkes, at registranten af londonbilvask.dk er Martin Ørsted Rasmussen. Indklagede **opfordres** til at oplyse, om indklagede er befuldmægtiget til at varetage registrantens interesser i denne sag.*

Det gøres sammenfattende gældende:

at klager har en eneret efter markedsføringslovens § 22 til ordet London, idet London er det dominerende og karakteristiske element og har opnået tilstrækkeligt særpræg for de ydelser, som klager udbyder,

- at *Indklagedes forretningskendetegn er egnet til at fremkalde forveksling med klagers forretningskendetegn, navnlig når indklagede udbyder identiske ydelser som klager,*
- at *Indklagede ved sit forretningskendetegn og på londonbilvask.dk direkte eller indirekte henviser til klager, hvilket skaber forveksling på markedet mellem indklagede og klagers firmanavn samt det karakteristiske kendetegn London, hvilket indklagede samtidig drager utilbørlig fordel af den anseelse, der er knyttet til klagers forretningskendetegn, jf. markedsføringslovens § 21, stk. 2, modsætningsvis,*
- at *Indklagedes brug, registrering og opretholdelse af registreringen af londonbilvask.dk er i strid med god domænenavnskik når indklagedes brug af domænenavnet er en overtrædelse af markedsføringslovens bestemmelser, idet domænenavnet indeholder klagers karakteristiske forretningskendetegn, der er egnet til at skabe forveksling på markedet, hvilket er en overtrædelse af god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 3.”*

Som bilag 3 har klageren fremlagt kopi af syv fakturaer, som fremstår som udstedt af klageren til personer eller virksomheder på adresser i henholdsvis Uldum, Herning, Aarhus N, Ikast, Kastrup, Aarhus C og Middelfart.

Som bilag 4 har klageren fremlagt kopi af brev af 29. maj 2017 til indklagede, London Bilvask ApS, Nykøbing Falster ApS, fra advokatfuldmægtig, cand.merc.jur. Stiven Larsen på vegne af klageren. Af brevet fremgår bl.a. følgende:

”Overtrædelse af markedsføringsloven og selskabsloven

London Car Wash I/S, CVR-nr. 26 86 70 10 har rettet henvendelse til mig, og bedt mig om at varetage sine immaterialretlige interesser.

Min klient har registreret sig under virksomhedsnavnet og forretningskendetegnet ”London Car Wash” og er registreret under branchekoden 452010 vedrørende autoreparationsværksteder m.v. Min klient har markedsført sig under sit virksomhedsnavn og forretningskendetegn siden 1. januar 2014 – både på sin hjemmeside og på de sociale medier.

Som det er dig bekendt, driver min klient virksomhed med klargøring af biler, hvilket de har gjort siden stiftelsen og har opbygget et stærkt brand.

Min klient har erfaret, at du er stifter, eneejer og direktør af selskabet ”London Bil Vask ApS”, hvilket alene er en oversættelse af min klients virksomhedsnavn, og er registreret under branchekoden 452010 vedrørende autoreparationsværksteder m.v.

Det er mit standpunkt, at selskabets navn ikke klart og tydeligt adskiller sig fra min klients virksomhedsnavn, ligesom selskabsnavnet indeholder forretningskendetegn, der ikke tilkommer London Bil Vask ApS og som er egnet til at fremkalde forveksling. Dette er i strid med Selskabslovens § 2, stk. 2, ligesom navnet er egnet til at vildlede, hvilket endvidere er i strid med Selskabslovens § 2, stk. 3.

Det er samtidig mit standpunkt, at selskabsnavnet er en overtrædelse af markedsføringslovens §§ 18 og 1, idet selskabet de facto anvender forretningskendetegnet "London Bil Vask ApS" på en sådan måde, at det er egnet til at fremkalde forveksling med "London Car Wash". Der er således risiko for, at gennemsnitsforbrugeren opfatter "London Bil Vask" som et synonymt for "London Car Wash".

En sådan handling er i strid med god markedsføringsskik.

Endeligt bemærker jeg, at du har anvendt de samme bilbilleder og produkttekster på selskabets hjemmeside londonbilvask.dk, som min klient. Dette kan være i strid med ophavsretlige bestemmelser.

Min klient har flere gange rettet henvendelse til dig og anmodet dig om at bringe hjemmeside og virksomhedsnavnet i overensstemmelse med lovgivningen, hvilket endnu ikke er sket.

Såfremt selskabet ikke har ændret selskabsnavn og domænenavn straks og senest om 3 dage fra dato, er jeg instrueret i at gå videre med sagen. Dette vil blandt andet indebære, at der indgives klage til Klagenævnet for domænenavne med påstand om, at domænet skal overføres vederlagsfrit til min klient, ligesom handlingen kan forbydes ved dom, jf. markedsføringslovens § 20, stk. 1.

Der tages samtidig forbehold for at gøre krav om rimeligt vederlag gældende i henhold til markedsføringslovens § 20, stk. 3, ligesom der tages forbehold for at gøre et erstatningskrav gældende, da der er skabt markedsforstyrrelser.

Må jeg høre fra dig."

Af duplikken fremgår bl.a. følgende:

"Kernen i sagen

*Klager anfører i sin replik, at klagesagen handler om, hvorvidt klager har **navneret** til både "London Car Wash" og "London Bilvask", idet klager anfører, at klagenævnet skal tage stilling til, om benævnte navne er forvekslelige med hinanden, dels i medfør af markedsføringslovens § 22, dels i medfør af varemærkelovgivningen.*

Kundekreds

Klager har som bilag 4 fremlagt en række fakturaer som dokumentation for, at klager tilsyneladende skulle have kunder fra "hele Danmark".

Det bestrides, at klager driver virksomhed uden for det lokalområde, hvor klager har sin forretning. Klagers virksomhed, herunder anvendelse af navnet "London Car Wash" og klagers kundekreds er derfor begrænset lokalt til Randers og tilstødende områder.

De fremlagte faktura er anonymiseret, og det er derfor svært at sige, om der er tale om reelle faktura. Det bemærkes, at regnskabsprogrammer i dag meget hurtigt kan oprette sådanne faktura, hvorfor de af klager fremlagte faktura ikke kan anvendes som dokumentation for noget.

Endvidere bemærkes, at det blotte forhold, at klager få gange om året har nogle kunder, som ikke er fra Randers, ikke betyder, at klagers virksomhed er landsdækkende: Jeg spiser selv pizza engang i mellem, når jeg er i Odense eller i København, men det betyder jo fx ikke, at et lokalt pizzeria i Odense har sin kundekreds i Nykøbing Falster eller retter sin markedsføring.

Klager anfører i sin replik, at ovennævnte i forhold til det materielle i sagen "er uden betydning". Dette er ikke korrekt, idet afgrænsningen af klagers kundekreds er relevant for spørgsmålet om, hvorvidt klager og indklagede er i konkurrence med hinanden, hvilket har betydning for, om markedsføringslovens bestemmelser overhovedet er relevante.

Klager har da også valgt at grave 7 faktura op og fremlægge dem i sagen i sit forsøg på at dokumentere noget, som efter klagers egne ord er "uden betydning" for det materielle i sagen.

Det gøres derfor i overensstemmelse med svarskriftet gældende, at klager ikke har dokumenteret eller sandsynliggjort, (i) at klager og indklagede befinder sig i et konkurrenceforhold med hinanden, og (ii) at klager har målrettet sine markedsføringsbestræbelser på et landsdækkende plan, herunder mod kunder i Nykøbing Falster, hvorfor indklagede allerede af den grund ikke har handlet i strid med markedsføringsloven og følgelig derfor heller ikke i strid med god domæneskik, jf. straks nedenfor.

Manglende særpræg

Det fastholdes, at klagers navn "London Car Wash" ikke nyder særpræg, da navnet udgør en beskrivende betegnelse for ydelsen en "bilvask" efter "London-standarder", og idet "London" ikke er dominerende eller karakteristisk, idet der er tale om et banalt egenavn, som over hundrede virksomheder i Danmark anvender. Klagers beskrivelse af retstilstanden er ukorrekt og vil i øvrigt være omsonst, idet man ikke kan opnå en eneret (vel at mærke uden at foretage nogen synderlige markedsføringsbestræbelser) ved at tage en helt beskrivende betegnelse for en ydelse, Car Wash, og knytte den sammen med et meget populært egenavn, London, og en sådan banal navngivning kan under ingen omstændigheder medføre, at en anden lokal virksomhed i den anden ende af Danmark forhindres i at anvende sit navn over for sine kunder. Klager har endvidere ikke dokumenteret, at "London Car Wash" er indarbejdet i kundekredsen uden for Randers.

Klager anfører, at det er "uden sammenligning og relevans for denne sag", at indklagede henviser til 179 andre virksomheder, der anvender betegnelsen London.

Indklagede bemærker, at henvisningen til de øvrige 179 London-navngivne virksomheder i Danmark viser, hvor populært (og generisk) egenavnet "London" er, ligesom det viser, at erhvervsdrivende anvender "London" som led i deres markedsføring, da "London" giver associationer med en bestemt kvalitet eller standard. Majoriteten af de 179 virksomheder leverer således ikke en ydelse fra London, men bruger London i kombination med en beskrivende betegnelse for den leverede ydelse, fx "London Frisør", men på samme måde som parterne i nærværende sag. Det samme er tilfældet for de andre eksempler angivet i svarskriftet, hvor det ses, at meget populære bynavne anvendes i stor stil blandt mange virksomheder.

Kunder vil derfor ikke opfatte betegnelsen "London" som andet end en simpel henvisning til kvaliteten for bilvasken. Navnet "London Car Wash" har derfor ikke særpræg.

Der ses ikke blandt de 179 øvrige London-navngivne virksomheder at have været nogen strid mellem deres anvendelse af betegnelsen "London" som led i deres virksomhed, idet alle, på nær klager, nok har erkendt, at man ikke kan fratage fællesskabet en så generisk og populær betegnelse for et stednavn for dernæst at tildele dette stednavn til et enkelt subjekt inden for en bestemt branche. I modsat fald ville det lokale "Italia"-pizzeria i Svendborg have en navneret, hvorefter det ville kunne forhindre alle andre restauranter og pizzeriaer at anvende betegnelsen "Italia". Dette er selvfølgelig ikke retstilstanden, og på samme måde kan det ikke anerkendes, at lokale "London"-virksomheder skulle kunne forhindre andre virksomheder i at gøre brug af stednavnet "London" i tilknytning til beskrivelsen af deres ydelse.

Klager har da heller ikke dokumenteret, at "London Car Wash" er et indarbejdet forretningskendetegn.

Klager har derfor hverken en beskyttelse i medfør af varemærkelovgivningen eller markedsføringsloven til "London Car Wash".

Ej forvekslelighed

Klager anfører, at "London Car Wash" og "London Bilvask" er forvekslelige i medfør af markedsføringslovens § 22, 2. led. Dette bestrides.

Navnene er ikke forvekslelige, da de skrives og udtales på forskellige måder. Endvidere er navnene så banale og så beskrivende betegnelser, at de ikke af kunderne opfattes som en særlig betegnelse for virksomheden, men derimod snarere for den ydelse, der leveres.

Der skal særdeles meget til, førend krænkelse af forretningskendetegn med svagt særpræg kan komme på tale.

At de respektive navne er oversættelse af hinanden ændrer ikke på ovennævnte, da kunderne opfatter navnene som de beskrivende betegnelser, de nu engang er. I øvrigt vil de respektive navne blive opfattet forskelligt, netop fordi der er tale om navne på hver deres sprog.

I øvrigt er kundegruppen for indklagede og klager forskellig på grund af den geografisk adskillelse af deres forretningsmæssige aktiviteter, hvorfor der ikke vil være forveksling i den relevante kundegruppe, jf. straks nærmere om nedenfor.

Konkurrencerelationen

Det er ukorrekt når klager anfører, at der i markedsføringslovens § 22 ikke gælder en geografisk begrænsning.

Det er fast antaget i litteraturen og i retspraksis, at forveksling i medfør af markedsføringslovens § 22 alene kan komme på tale, når der er et konkurrenceforhold mellem parterne.

Der foreligger ikke en konkurrencerelation mellem parterne i nærværende sag, da klagers og indklagedes kundegruppe befinder sig flere hundrede kilometer fra hinanden, ligesom parternes markedsføringsmæssige tiltag og salgsbestræbelser alene er rettet mod det geografisk afgrænsede område, hvor deres respektive kunder befinder sig.

*I markedsføringsloven, 3. udgave (2013), Erling Borch og Frank Bøggild (herefter ”**Borch og Bøggild**”) anføres på s. 498 vedr. markedsføringslovens § 22:*

”De omtalte domme viser, at der efter omstændighederne stilles ganske store krav til konkurrencesammenfaldet, idet en række domme fastslår, at virke inden for samme branche ikke er tilstrækkeligt, hvis målgruppen er forskellig.”

Selv om indklagede og klager beskæftiger sig inden for samme branche, så er målgruppen altså meget forskellig: Indklagedes målgruppe er alene kunder på Nykøbing-Falster, hvorimod klagers målgruppe alene er kunder i Randers og omegn, dvs. målgrupper der adskiller sig geografisk med over tre hundrede kilometer. Som angivet i svarskriftet er mulige kunder ikke interesseret i at køre flere hundrede kilometer for at erhverve ydelserne som præsteres af parterne, da formålet med bilvasken vil forspildes: Biler bliver beskidte efter få kilometer på motorvejen, for ikke at tale om de over 300 kilometer, som der er fra Randers til Nykøbing Falster. Indklagedes bilvaskydelse vil følgelig ikke være substituerbar med klagers bilvaskydelse, da kunder næppe vil køre i bil i over 4 timer for dette. Indklagede og klager er derfor ikke i konkurrence med hinanden.

I øvrigt bemærkes, at hverken klager eller indklagede har en webshop, hvorfor det blotte forhold, at begge virksomheder har en hjemmeside, ikke betyder, at de så er i konkurrence med hinanden.

Videre anføres i Borch og Bøggild (s. 499):

”Konkurrencerelationen manifesterer sig også i et krav om, at de pågældende virksomheder, hvor de ikke besidder landsdækkende kendetegnsrettigheder, skal stå i et konkurrenceforhold til hinanden i den kundekreds, hvor de forretningsmæssigt er aktive. Lokale og regionale forretningskendetegn er således underlagt en geografisk begrænsning.”

Det vil altså sige, at den geografiske begrænsning i markedsføringslovens § 22 ikke blot knytter sig til lokale forretningskendetegn, hvilket parternes navne (hvis de da overhovedet er forretningskendetegn) er, men også til regionale forretningskendetegn. Dette viser med stor tydelighed, at markedsføringslovens § 22 i nærværende sag ikke finder anvendelse, idet der er vægtige hensyn at tage til den frie konkurrence.

Som nævnt ovenover er det meget usandsynligt, at der befinder sig nogen kunder i Jylland, som vil rejse til Nykøbing-Falster for at købe indklagedes bilvask og vice-versa. Klager har da heller ikke dokumenteret, at klager har foretaget nogen afsætningsbestræbelser og markedsføring rettet mod kunder i Nykøbing-Falster. Tværtimod er klagers begrænsede markedsføring og afsætningsbestræbelserne kun rettet mod de områder, hvor klager har sin forretning, dvs. i Randers.

Sagen i U 1963.390/1 Ø ligner meget nærværende sag, da der også i den sag anvendtes et egenavn i kombination med en beskrivende betegnelse. Østre Landsret nåede frem til, at betegnelsen "Italia Sko" ikke var egnet til at medføre forveksling med navnet "Italino Sko", bl.a. fordi de to forretninger var beliggende i hhv Charlottenlund og det inde i København (ca. 10 kilometer fra hinanden)

Afgørelsen viser, at virksomheder med meget lignende navne ikke er forvekslelige i medfør af markedsføringslovens § 22, når der er tale om lokal erhvervsvirksomhed. I så fald er en geografisk adskillelse på blot 10 kilometer tilstrækkeligt til, at der ikke foreligger en krænkelse af markedsføringsloven. I øvrigt skal beskrivelsen ovenover samt i svarskriftet, om anvendelsen af populære egenavne såsom "London" og "Italia" i markedsføringen, bringes i erindring.

I samme linje er afgørelsen U.1978.821 V (Hotel Lynggården), hvor der ikke forelå forveksling, da "de to etablissementer er beliggende i hver sin del af Herning-området" (ca. 3 kilometer fra hinanden).

Til illustration kan også nævnes afgørelsen U.1965.909/2 Ø (Majorgården), som refereres i Borch og Bøggild (s. 499f):

"Her blev en krojer på Sydfyn anset for berettiget til at kalde sin kro "Majorgården", uanset dette navn i en lang årrække havde været benyttet som betegnelse for en hotel- og pensionatvirksomhed i Nordsjælland: "Denne lovbestemmelse [nu MFL § 22] ... kun hindrer appellantens benyttelse af denne betegnelse, såfremt den er egnet til at hidføre forvekslinger med indstævntes virksomhed. Efter de to virksomheders art og beliggenhed i forskellige landsdele findes en sådan forvekslingsmulighed imidlertid ikke at være til stede" (mine fremhævelser)

Det er nærliggende at formode, at hotel- og pensionatvirksomheden beliggende i Nordsjælland i nævnte sag engang i mellem havde kunder fra Sydfyn, ligesom det er nærliggende at formode, at krojeren fra Sydfyn engang i mellem havde kunder fra Nordsjælland. Dette betyder dog ikke, at virksomhedernes forretningsmæssige aktivitet var landsdækkende. Det er altså nødvendigt at se på den ydelse, der præsteres, herunder om en substitutionsmulighed giver mening.

En substitutionsmulighed savner mening i nærværende sag som beskrevet ovenover, og der er intet der tyder på, at klager har nogen forretningsmæssig aktivitet uden for Midtjylland. Klager og indklagede er derfor ikke i et konkurrenceforhold.

Klager har ikke dokumentet nogen indarbejdelse eller særlig tilstedeværelse på markedet uden for sit lokalområde eller regionale område, ligesom klagers markedsføringstiltag er meget begrænsede. Eksempelvis fremstår klagers domænenavn banal og ikke ordentlig bearbejdet, og domænenavnet fremstår da også netop som en slags simpel plakat med oplysninger om adresse og produkter til kunder i nærområdet.

Indklagede har følgelig ikke handlet i strid med markedsføringslovens § 22, da indklagede ikke befinder sig i et konkurrenceforhold med klager, fordi indklagedes kundegruppe adskiller sig geografisk fra klagers.

Markedsføringslovens § 21

Klager skyder med spredhagl og anfører bl.a., at indklagede har handlet i strid med markedsføringslovens § 21, stk. 2. Klager kommer dog ikke med nærmere anbringender herfor.

Det bemærkes, at bestemmelsen vedrører sammenlignelig reklame og derfor ikke er relevant.

Endvidere bemærkes, at bestemmelsen heller ikke er relevant, fordi parterne ikke er i konkurrence med hinanden, jf. Karnovs note: ”Bestemmelsen finder således kun anvendelse, hvis der består en konkurrencerelation mellem den erhvervsdrivende, der er afsender af reklamen, og den eller de virksomheder eller produkter, sammenligningen angår.”

God markedsføringsskik

Klager anfører, at indklagede har handlet i strid med god markedsføringsskik, idet klager henviser til, at indklagede anvender et forretningskendetegn, der er egnet til at skabe forveksling på markedet.

Hertil bemærkes, at det er markedsføringslovens § 22, som er relevant i de tilfælde, hvor der opstår et spørgsmål om forvekslelighed mellem to navne – ikke markedsføringslovens generalklausul.

Generalklausulen er alene relevant i tilfælde, hvor der fx foreligger snyltning m.v., hvilket kræver, at der er tale om et forretningskendetegn med en særdeles høj grad af særpræg.

Det er således ukorrekt og meningsforstyrrende at diskutere snyltning på lokale og lidet særprægede navne, herunder på egenavne og navne, der alene er beskrivende for den ydelse, der leveres. I modsat fald kan anføres, at klager i sådan et tilfælde må have snyltet på et lokalt ”London Frisør”-navn.

Indklagede har derfor ikke handlet i strid med god markedsføringsskik.

God domæneskik

Eftersom klager hverken har dokumentet eller sandsynliggjort, at indklagede har handlet i strid med markedsføringsloven eller varemærkeloven, har indklagede ikke handlet i strid med god domæneskik.

Vedrørende Martin Ørsted Rasmussen

Martin Ørsted Rasmussen har alene været angivet som registrant grundet en fejl, da han bistod indklagede med at oprette domænenavnet. Domænenavnet tilhører rettelig indklagede.

[...]”

Ved sekretariatets søgning i Google (www.google.dk) den 17. januar 2018 på ”london bilvask” blev antallet af søgeresultater oplyst til at være ca. 3.390, når søgningen blev afgrænset til sider på dansk. Ved en gennemgang af de første 50 søgeresultater fremstod to søgeresultater som relateret til

klageren, 46 til indklagede og de resterende to søgeresultater fremstod uden forbindelse til sagens parter. Ved en tilsvarende søgning den 30. januar 2018 på "london car wash" fremstod 18 af de første 20 søgeresultater som relateret til klager.

Parternes anbringender kan sammenfattes således:

Klageren har gjort gældende,

- at klageren siden 1. januar 2014 har drevet virksomhed under navnet London Car Wash I/S,
- at klageren driver virksomhed med klargøring af biler og har kunder fra hele Danmark,
- at indklagede den 24. januar 2017 stiftede virksomhed med samme ydelser under navnet "London Bil Vask ApS", hvilket alene er en dansk oversættelse af klagerens virksomhedsnavn,
- at indklagede den 7. juni 2017 ændrede selskabsnavn til "London Bilvask, Nykøbing Falster ApS" efter klageren gjorde opmærksom på, at navnet krænkede klagerens immaterialretlige rettigheder,
- at klageren har en eneret til ordet "London", idet London er det dominerende og karakteristiske element i klagerens navn og har opnået tilstrækkeligt særpræg for de ydelser, klageren udbyder, jf. markedsføringslovens § 22,
- at det bestrides og i øvrigt er udokumenteret af indklagede, at der findes en "London-metode" eller "London-standard" for bilvask,
- at indklagedes forretningskendetegn er egnet til at fremkalde forveksling med klagerens forretningskendetegn, navnlig når indklagede og klageren udbyder identiske ydelser,
- at indklagede ved sit forretningskendetegn og domænenavnet "londonbilvask.dk" direkte eller indirekte henviser til klageren, hvilket skaber forveksling mellem parterne,
- at indklagede drager utilbørlig fordel af den anseelse, der er knyttet til klagerens forretningskendetegn, jf. markedsføringslovens § 21, stk. 2, e.c.,
- at indklagedes brug, registrering og opretholdelse af domænenavnet "londonbilvask.dk" er i strid med god domænenavnsskik, jf. domænelovens § 25, stk. 1, og
- at indklagedes brug, registrering og opretholdelse af domænenavnet "londonbilvask." tillige udgør en overtrædelse af god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 3.

Indklagede har gjort gældende,

- at indklagede driver virksomhed med bilvask i Nykøbing Falster,
- at klageren driver bilvaskvirksomhed i Randers, og at det er udokumenteret, at klageren har kunder fra hele Danmark,
- at det er usandsynligt og savner mening, at kunder skulle køre uden for lokalsamfundet for at købe en ydelse, hvor startprisen er 150 kr. og hvorefter bilen på hjemvejen på grund af snavs og skidt på vejene og fra vejret alligevel bliver beskidt,
- at indklagede skiftede navn på grund af en stavfejl i virksomhedsnavnet og for at signalere virksomhedens lokale tilknytning til Nykøbing Falster over for kunderne, og ikke som følge af klagerens henvendelse,
- at det bestrides, at der er sket forveksling mellem parterne,
- at på grund af opbygningen af indklagedes hjemmeside, er kunder, der besøger "londonbilvask.dk" ikke i tvivl om, hvilken virksomhed der drives fra domænenavnet eller hvor virksomheden befinder sig geografisk,
- at klagerens forretningskendetegn "London Car Wash" savner særpræg,
- at indklagede valgte betegnelserne "London" og "Bilvask" som en del af sit forretningskendetegn fordi det beskriver den særlige vaskemetode, som anvendes og hidrører fra London,

- at i London er den gængse bilvask, den personlige bilvask, der udføres i hånden, og at det har været naturligt for indklagede at signalere over for sine kunder, at det netop er denne type bilvask, som indklagede tilbyder sine kunder,
- at ”London Bilvask” således er beskrivende for den ydelse, som både klageren og indklagede leverer, dvs. en bilvask efter London-metoder og London-standarder,
- at der i øvrigt er mange andre virksomheder, som anvender den geografiske betegnelse ”London” som led i deres markedsføring, f.eks. for at signalere eksklusivitet eller dygtighed,
- at klagerens forretningskendetegn savner særpræg og ikke kan tillægges nogen varemærkeretlig beskyttelse, jf. varemærkelovens § 13,
- at der af samme grund ikke foreligger en overtrædelse af markedsføringslovens § 22,
- at beskyttelsen i markedsføringslovens § 22 i øvrigt alene udstrækker sig til det geografiske område, hvor virksomheden har sine kunder, og at parterne slet ikke er i konkurrence, da der er 351 km. mellem klagerens og indklagedes virksomheder,
- at indklagede på ingen måde drager nytte af klagerens forretningskendetegn eller domænenavn, ligesom klagerens kundegruppe er irrelevant for indklagede bl.a. på grund af klagerens geografiske placering, og
- at indklagede således heller ikke har handlet i strid med domænelovens § 25, stk. 1.

Nævnets bemærkninger:

Klager benytter navnet ”London Car Wash” for sin virksomhed, der beskæftiger sig med bilvask og som er beliggende i Randers. Navnet er sammensat af ord, som har en almindelig betydning også på dansk som henholdsvis navnet på Englands og Storbritanniens hovedstad og som en beskrivelse af klagers virksomhed. Der kan kun opnås eneret til ord og begreber med almindelig betydning, hvis disse har særpræg for den pågældende virksomhed, idet særpræg kan erhverves gennem indarbejdelse. Klagenævnet finder, at klager som følge af sin brug, har opnået en kendetegnsret til betegnelsen ”London Car Wash” i medfør af markedsføringslovens § 22, som er sålydende:

” § 22. Erhvervsdrivende må ikke benytte forretningskendetegn og lign., der ikke tilkommer dem, eller benytte egne kendetegn på en måde, der er egnet til at fremkalde forveksling med andre.”

Klager kan som følge heraf forhindre, at andre uden klagerens tilladelse gør brug af kendetegn, som er identiske med ”London Car Wash” eller som kan forveksles hermed. Eneretten omfatter dog ikke tredjemands loyale brug af kendetegnets bestanddele f.eks., hvis dette er nødvendigt eller naturligt for at beskrive tredjemands virksomhed.

Indklagede har erhvervet og anvender domænenavnet ”londonbilvask.dk” til brug for sin virksomhed, der efter det oplyste udbyder bilvask og hertil relaterede ydelser, og som er beliggende i Nykøbing Falster.

Indklagedes domænenavn, som består af en kombination af bynavnet ”London” og af en beskrivelse af den ydelse, som indklagede tilbyder (”bilvask”), fremstår som en dansk oversættelse af ”London Car Wash”. Forskellen med hensyn til sprog indebærer på trods af, at en dansk forbruger vil kunne forstå betydningen af klagers engelsksprogede mærke, at der er en reel forskel mellem de to kendetegn. Henset hertil og til, at klagers kendetegnsret ikke er til hinder for, at indklagede på en loyal måde benytter betegnelsen ”bilvask” for sin virksomhed, som tilbyder netop denne ydelse, samt til, at klager og indklagede driver virksomhed i henholdsvis Randers og Nykøbing Falster og således

ikke henvender sig til de samme brugere, og endelig til, at der ikke er noget, som tyder på, at de to virksomheder i praksis er blevet forvekslet, finder klagenævnet ikke, at der består en risiko for forveksling mellem klagers forretningskendetegn "London Car Wash" og det omtvistede domænenavn.

Da indklagedes brug af domænenavnet "londonbilvask.dk" således ikke indebærer en krænkelse af klagers rettigheder i henhold til markedsføringslovens § 22, da indklagede heller ikke på anden måde ses at have handlet illoyalt i forhold til klager f.eks. ved at angive, at der skulle bestå en forbindelse mellem indklagedes og klagers virksomheder, og da indklagede endvidere har været først i tid med hensyn til at lade det pågældende domænenavn registrere, træffer nævnet herefter følgende

A F G Ø R E L S E

Der kan ikke gives klageren, London Car Wash I/S, medhold.

Dato: 13. februar 2018

Kaspar Linkis
(Formand)

Knud Wallberg

Jens Schovsbo