

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

**ZAŠČITA INTERNETNIH DOMEN KOT
BLAGOVNIH ZNAMK**

Ljubljana, junij 2007

MATJAŽ GOMBAČ

IZJAVA

Študent Matjaž Gombač izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom dr. Mihe Škerlavaja, in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, 14. 6. 2007

Podpis: _____

KAZALO

UVOD	1
1 PRAVNI IN EKONOMSKI VIDIK INTELEKTUALNE LASTNINE	2
1.1 Pravni vidik intelektualne lastnine	3
1.1.1 Svetovna organizacija za intelektualno lastnino (WIPO).....	3
1.1.2 Sporazum mednarodne trgovine na področju intelektualne lastnine (TRIPS)	4
1.1.3 Pariška konvencija.....	5
1.1.4 Bernska konvencija	6
1.2 Ekonomski vidik intelektualne lastnine	7
1.2.1 Koristi za podjetja in porabnike	8
1.2.2 Ekonomski pomen pravic intelektualne lastnine.....	11
1.3 Kategorije intelektualne lastnine	12
1.3.1 Blagovne znamke	12
1.3.2 Imena domen kot znamke.....	13
2 INTERNETNE DOMENE KOT BLAGOVNE ZNAMKE.....	14
2.1 Domena kot znamka	14
2.2 Spletne domene	15
2.2.1 Registracija domene kot blagovne ali storitvene znamke	17
2.2.2 Registracija domen pod .si	18
2.2.3 Kaj pridobimo z registriranjem domene?.....	20
2.3 Internet, internet protokol in sistem domenskih imen	20
3 SKRBNIKI DOMENSKIH IMEN IN NJIHOVI POSTOPKI.....	21
3.1 Urad Republike Slovenije za intelektualno lastnino	21
3.2 Akademska in raziskovalna mreža Slovenije (ARNES)	22
3.2.1 Alternativno reševanje domenskih sporov (ARDS).....	24
3.3 Internetna organizacija za določevanje imen in številc (ICANN)	25
3.3.1 Resolucija za reševanje domenskih sporov (UDRP).....	26
4 PRIMERI SPOROV IN NJIHOVO REŠEVANJE	28
4.1 Mediacija	28
4.2 Arbitraža.....	29
4.2.1 Primer 1: BNP Paribas vs. Simon Sheppard	30
4.2.2 Primer 2: Rolls-Royce Motor Cars Ltd. vs. Maria Stephen	31
4.2.3 Primer 3: Swarovski AG vs. Modern Empire Internet Ltd.	32
4.2.4 Primer 4: Google Inc. vs. Beijing Guowang Information	33
4.2.5 Primer 5: Volvo Trademark Holding AB vs. Forza, d. o. o.	35
4.2.6 Primer 6: Šiviljstvo Drobež vs. MW, d. o. o.	37
4.2.7 Primer 7: Google Inc. vs. Jasico, d. o. o.....	39
4.2.8 Primer 8: Cisco Systems Management vs. Ideja Plus, d. o. o.	39
5 DISKUSIJA.....	40
SKLEP.....	44
LITERATURA	45
VIRI.....	45
PRILOGE	

KAZALO TABEL

Tabela 1: Prikaz revidiranja Pariške in Bernske konvencije	7
Tabela 2: Prikaz koristi in slabosti blagovnih znamk za podjetja in porabnike	10
Tabela 3: Razlogi za zavrnitev registracije znamke	12
Tabela 4: Priporočila za uspešno lansiranje blagovne znamke	13
Tabela 5: Generične vrhnje domene.....	15
Tabela 6: Stari in novi sistem registracije pod domeno .si.....	19
Tabela 7: Pregled vseh uporabnikov Arnes omrežja po količini prometa, ki ga ustvarijo.....	23
Tabela 8: Dejavnosti, ki jih opravlja javni zavod Arnes	23
Tabela 9: Storitve, ki jih opravlja javni zavod Arnes	23
Tabela 10: Višina stroškov pri vloženi pritožbi pritožnika	25
Tabela 11: Skupine sporov domenskih imen z blagovnimi znamkami	27
Tabela 12: Povzetek primerov domenskih sporov	41

UVOD

Intelektualna lastnina in predvsem njeno varovanje dobivata v dinamičnem in nepredvidljivem poslovnem okolju 21. stoletja vse večji pomen. Razvoj tehnologije je vse hitrejši, stroški razvoja naraščajo in uspeh na trgu je pogosto težko napovedati. Uspešen razvoj in dober izdelek ali storitev na trgu pa še ne pomenita odločilne prednosti pred konkurenco, če nista tudi ustrezno varovana. Zaščita pravic intelektualne lastnine je torej dejavnik, ki podjetju lahko omogoči korak naprej v doseganju konkurenčne prednosti (Patenti za vsakdanjo rabo, 2004).

Organizacije, ki nadzirajo svetovni splet, v devetdesetih letih prejšnjega stoletja niso predvidevale, da bo zaradi nepričakovano hitrega razvoja in uporabe svetovnega spleta zaščita intelektualne lastnine dosegla tako velik pomen in zanimanje strokovnjakov in tudi širše javnosti. Ustanove eksplozivnega razvoja spleta namreč niso znale nadzorovati v pravšnji meri, zato smo danes priča nenehnemu izpopolnjevanju pravnih norm na tem področju, obstaja pa tudi mnogo primerov spornih domen, ki se rešujejo bodisi prek hitrejših postopkov arbitražnih teles bodisi prek dražjih in počasnejših procesov na sodiščih.

V diplomskem delu želim prikazati pomen pravočasne registracije na področju spletnih domen. Želim namreč ekonomsko opravičiti včasih dolgotrajne in drage postopke zaščite intelektualne lastnine. Moj namen je ugotoviti stopnjo razumevanja in zavedanja uspešne zaščite na spletu s strani podjetij in se prepričati, ali je to dovolj za uspešno varovanje pravic intelektualne lastnine. Prav tako pa želim ugotoviti stanje oziroma stopnjo varstva v posameznih delih sveta.

V prvem delu diplomske naloge bom predstavil pomen zaščite intelektualne lastnine v smislu uspešne registracije spletne domene tako s pravnega kot z ekonomskega vidika. Pravna načela bom predstavil s krajšo zgodovino konvencij, ki so sledile trendom zaščite človekovega razuma in so torej danes ozadje oziroma podlaga za nadaljnjo razpravo. Ekonomski pogled na omenjeno temo pa odpira nova vprašanja in razloge za takšno početje. Posledice zaščite so najbrž vidne tako na strani gospodarskih družb kot na strani porabnikov.

Drugi del diplomskega dela obravnava novo okolje, področje svetovnega spleta. Internet in tehnologije, ki se razvijajo hkrati z njim, odpirajo nove priložnosti in nevarnosti za poslovne subjekte na trgu. Pomembna je seveda prepoznavnost, ki si jo poslovni subjekt ustvarja v času. V tem delu bom predstavil nekaj domačih in tujih primerov domenskih sporov, ki nakazujejo zadevno problematiko.

Domenska imena, ki v virtualnem svetu interneta nekako nadomeščajo imena znamk, imajo vsekakor določen vpliv za podjetniško delovanje. Lahko namreč vsebujejo blagovne in storitvene znamke, modele, geografske oznake porekla blaga pa tudi ime podjetja. Poleg tega lahko vsebujejo oglase in druge podatke, s katerimi privabljamo porabnike na domačo spletno

stran. S tem pa so lahko kršene pravice nekoga drugega. Z domačo stranjo oziroma domenskimi imeni se odpira novo poglavje kršitev intelektualne lastnine.

Zaradi sprememb v pravilih in normah naj bi bilo vsaj v zahodnih razvitih družbah vse več rešenih primerov v prid poslovnega subjekta, ki brani svojo registrirano znamko. Res pa je, da se ta lahko ujame v past zaradi svoje nevednosti in nepoznavanja razmer. Prepozna registracija v nekaterih primerih kljub posredovanju arbitražnih teles ali sodišč namreč ne omogoča prenosa domene na lastnike registriranih znamk. S tem poslovni subjekt vsekakor izgublja svojo vrednost, posledično je povzročena gospodarska škoda, njemu in okolju nasploh.

Viri in literatura, iz katerih sem črpal za omenjeno temo diplomskega dela, so sekundarne narave. Gre predvsem za tuje strokovne članke iz znanih baz podatkov, s katerimi sem obdelal področje domenskih sporov in njihovih rešitev. Pri tem sem se oprl tudi na spletne strani organizacij, ki se ukvarjajo s problematiko zaščite intelektualne lastnine na internetu. S tujo literaturo sem pokrival področje interneta in sistema domenskih imen. Teorijo intelektualne lastnine in njeno razlaganje pa sem raziskal predvsem z domačo slovensko literaturo. S pomočjo citatov sem v določenih delih podkrepil svoja razmišljanja, prav tako so bili predloga za mojo raziskavo in vir marsikaterih hipotez. V diplomskem delu torej nisem uporabljal primarnih podatkov, saj poglobljenih meritev ali opazovanj ni bilo opravljenih. Gre za sistematiziranje pomembnejših informacij, zbranih preko različnih sekundarnih virov.

Omejitve pri pisanju diplomskega dela so bile povezane predvsem s številnimi nepomembnimi viri oziroma balastom podatkov s področja domenskih sporov, kjer sem zasledil nešteto nestrokovnih mnenj, ki so večinoma subjektivne narave in ne odražajo stvarne slike. Omeniti moram tudi dejstvo, da se je v času pisanja mojega diplomskega dela marsikaj spremenilo. S tem imam v mislih predvsem statistične podatke, saj se področje, ki ga obravnavam zelo hitro spreminja. Poleg tega moje diplomsko delo obsega razvijajoče se področje internetnega prava in urejanja sporov v zvezi z domenskimi imeni, zaradi česar razprava zadevne problematike dobiva vedno večji pomen, saj postaja vse bolj aktualna. To je bil tudi razlog za izbiro obravnavane teme oziroma problematike mojega diplomskega dela.

1 PRAVNI IN EKONOMSKI VIDIK INTELEKTUALNE LASTNINE

Izraz »intelektualna lastnina« skorajda ne potrebuje posebne razlage. Jasno je, da se nanaša na vrsto lastnine, ki izvira iz človekovega razuma. Torej gre za neopredmeteno vrsto lastnine, pri kateri pa je nekoliko zakrita vrednost in pomembnost njene zaščite in varovanja. Vsem je povsem logična vrednost blaga in storitev. Tu pa se srečamo z bolj abstraktnim pojmom, katerega težje ocenimo in ovrednotimo (Pretnar, 2002, str. 19).

Intelektualna lastnina se vpenja med tri samostojna področja raziskovanj oziroma ved. Na eni strani je vsekakor področje prava, saj govorimo o zaščiti pravic intelekta, na drugi strani

področje ekonomije, kjer je vseskozi pomembno vprašanje dobičkonosnosti in prepoznavnosti na trgu, ter na tretji strani na področju managementa, saj je upravljanje z intelektualno lastnino ena najpomembnejših funkcij v vodstvih gospodarskih družb (Pretnar, 2002, str. 23).

1.1 Pravni vidik intelektualne lastnine

Pri pravicah intelektualne lastnine ne gre za stvarne pravice, temveč za pravice, ki nastanejo zaradi intelektualne stvaritve na področju znanosti, umetnosti in tehnike. Sodobno pravo intelektualne lastnine upošteva, da so intelektualne stvaritve tržno zanimive. Tržni vidik se kaže v uvrščanju blagovnih in trgovskih znakov med pravice intelektualne lastnine. Med kategorije prava intelektualne lastnine se uvršča tudi varstvo pred nepošteno konkurenco. Pravice intelektualne lastnine so zelo raznovrstne: nekatere so posledica znatnega intelektualnega vložka, druge ne. Vsem pa je skupna njihova tržna narava. Družbeni pomen pravic intelektualne lastnine se veča. Po francoski revoluciji konec 18. stoletja se je uveljavilo pojmovanje, da človeku pripadajo določene pravice tudi zaradi intelektualnega ustvarjanja (*propriete industrielle, propriete intellectuelle, intellectual property, copyright*). Torej gre za pravice, ki niso enakovredne lastninski pravici, a so ji v marsičem podobne (Pravo intelektualne lastnine, 2001).

Pravo intelektualne lastnine delimo na (Pretnar, 2002, str. 49): (1) pravo industrijske lastnine in (2) avtorske pravice. Delitev intelektualne lastnine v avtorske pravice in industrijsko lastnino se nanaša predvsem na kategorije, ki so našteje v konvenciji WIPO¹. Pri tem lahko razlikujemo tri velike skupine različnih kategorij intelektualne lastnine, in sicer: (1) industrijsko lastnino, (2) avtorske in sorodne pravice ter (3) ostale pravice.

1.1.1 Svetovna organizacija za intelektualno lastnino (WIPO)

Konvencija WIPO je nastala leta 1967 v Stockholmu z uradnim nazivom Svetovna organizacija za intelektualno lastnino (Pretnar, 2002, str. 86). To je skupna administracija, ki skrbi za izpolnjevanje Pariške in Bernske konvencije. Poleg te organizacije se je razvil sistem varstva, ki je nastal zaradi vzpostavitve nekaterih načel v mednarodni trgovini: GATT.² Leta 1994 se je GATT preimenoval v WTO (*World Trade Organisation*). Takrat je bil podpisan sporazum v Marakešu (Maroko), ki ga je ratificirala tudi Slovenija. Del Marakeškega sporazuma je TRIPS (*Trade Related Intellectual Property Rights*), ki vsebuje več materialnopravnih norm s področja intelektualne lastnine, povezanih z mednarodno trgovino (Bogsch, 1992, str. 12).

Konvencija WIPO je nastala z združitvijo obeh sekretariatov (Pariškega in Bernskega), ki sta bila pod nadzorom švicarske vlade. Združena Pariški in Bernski sekretariat smo poznali pod skupnim imenom BIRPI. S preselitvijo BIRPI leta 1960 iz Berna v Ženevo in s konvencijo WIPO se je rodila organizacija WIPO. Nova mednarodna organizacija je tako dobila svoje upravne organe, ki pa niso bili več pod nadzorom švicarske vlade (Bogsch, 1992, str. 10).

¹ WIPO – angl. *World Intellectual Property Organization*. Svetovna organizacija za intelektualno lastnino.

² GATT – angl. *General Agreement on Tariffs and Trade*. Splošni sporazum o carini in trgovini.

Naveden pregled oblikovanja mednarodnega sistema intelektualne lastnine dokazuje, da sta se BIRPI in pozneje WIPO uspešno spoprijemala z izzivi neprestane rasti mednarodne trgovine in tehnološkega razvoja.

Svetovna organizacija za intelektualno lastnino si prizadeva za čim večje poenotenje zakonodaj svojih članic na področju intelektualne lastnine. Pod njenim okriljem so bile sprejete številne mednarodne pogodbe, ki usklajujejo posamezna področja prava intelektualne lastnine. Ratifikacija teh pogodb zagotavlja uskladitev nacionalnih zakonodaj na tem področju, kar med drugim prinaša določeno poenotenje vsebine pravic in njihovega trajanja ter poenostavitev postopkov njihove pridobitve. Nekatere mednarodne pogodbe omogočajo tudi pridobitev pravic intelektualne lastnine v državah članicah na podlagi ene same prijave. Po Ustavi Republike Slovenije se ratificirane in objavljene mednarodne pogodbe uporabljajo neposredno ter jih ni potrebno prevzeti v slovensko zakonodajo. V Sloveniji velja trenutno 23 mednarodnih pogodb s področja intelektualne lastnine (Osnove intelektualne lastnine, 2006).

Posamezna področja intelektualne lastnine urejajo tudi predpisi Evropske unije, in sicer nekatera področja avtorskega prava, področje patentiranja biotehnoloških izumov ter področje modelov in znamk. Direktive so prevzete v slovensko zakonodajo, uredbe pa se uporabljajo neposredno. Poleg mednarodnih in evropskih predpisov urejajo pravice intelektualne lastnine v Sloveniji še trije zakoni, in sicer zakon o avtorski in sorodnih pravicah, zakon o industrijski lastnini in zakon o varstvu topografije polprevodniških vezij (Osnove intelektualne lastnine, 2006).

1.1.2 Sporazum mednarodne trgovine na področju intelektualne lastnine (TRIPS)

Ta sporazum je zelo pomemben dosežek, ker določa skupna načela v zvezi z uveljavljanjem pravic intelektualne lastnine. Pri tem ne smemo pozabiti, da sporazum določa tudi minimalne vsebinske standarde varstva pravic intelektualne lastnine. Z drugimi besedami, sporazum TRIPS je instrument poenotenja globalnih norm, ki temelji na raznolikosti splošnih predpisov. Vpliv sporazuma TRIPS pa seže veliko dlje od Pariške in Bernske konvencije, ki sta začetna stebra mednarodnega sistema (Hoekman, Kosteci, 1995, str. 250).

Nikakor ne smemo pozabiti, da sporazuma TRIPS ne upravlja WIPO, temveč WTO. WTO ga upravlja predvsem zaradi svojega vpliva na mednarodno trgovino. Pri tem sporazum TRIPS določa vsebinske standarde za različne oblike intelektualne lastnine, in sicer avtorske pravice in sorodne pravice, znamke, geografske oznake, industrijske modele, patente, topografije polprevodniških vezij, varstvo nerazkritih podatkov in nadzor protikonkurenčne prakse v pogodbenih licencah. Zanimivo je, da v sporazumu TRIPS ni posebnih določil glede varstva pred nepošteno konkurenco, pri tem se sklicuje samo na skopa določila Pariške konvencije. Tako ima sporazum TRIPS vsa ključna določila Pariške in Bernske konvencije preprosto navedena kot lastno vsebino. Sklenitev sporazuma TRIPS in sprejetje njegovih obveznosti ni bil enostaven proces, predvsem za veliko držav v razvoju. Glavni razlog za to je v zmotnem mišljenju, da je šibko varstvo pravic intelektualne lastnine boljša opcija za pospeševanje gospodarskega razvoja (Pretnar, 2002, str. 90).

Pretnar (2002, str. 55) piše: »*Temeljni razlog za razkritje ima svoje korenine v teoriji, znani kot teorija družbene pogodbe. Bistvo te teorije je, da družba veliko pridobi s pomočjo razkritja izuma, ki prispeva k povečevanju nakopičenega znanja in s tem k razumevanju narave tehnologije*«. Širjenje informacij o novih tehničnih rešitvah v javnosti je pomembno tudi zato, da ne prihaja do ponovnega izumljanja nečesa, kar je že izumljeno. Tako družba v zameno za razkritje izuma poplača izumitelja s tem, da mu izum prizna.

Pariška in Bernska konvencija izhajata iz dveh načel:

a) **Načelo teritorialnosti**: avtor uživa varstvo samo v državi nastanka pravice. Pravica torej obstaja samo v obsegu, ki jo priznava pravo države, kjer je nastala stvaritev. To načelo je dopolnjeno z načelom asimilacije.

b) **Načelo asimilacije (nacionalnega tretmaja)**: država mora priznavati vsem stvaritvam enako varstvo, ne glede na to, ali je njen avtor tujec ali domačin. Država podpisnica konvencije ne sme privilegirati domačinov. Če je varstvo v posamezni državi šibko, naj bo tako za domače in tuje osebe. To države sili k višanju stopnje varstva pravic intelektualne lastnine. Posledica pa je dejansko poenotenje nacionalnih ureditev, saj država z nižjo stopnjo varstva ne more pričakovati veliko tuje gospodarske dejavnosti na svojem ozemlju.

Kljub temu da se konvenciji ne spuščata v materialnopravno urejanje, vendarle vsebujeta nekatere pravice, ki jih države podpisnice morajo zagotavljati. Sankcija za nespoštovanje teh minimalnih pravic je mednarodna trgovinska izolacija.

1.1.3 Pariška konvencija

Do uveljavitve Pariške konvencije in kasneje Bernske konvencije je prišlo zaradi širjenja piratstva in ponarejanja blaga. Leta 1873 je vlada avstro-ogrske monarhije povabila druge države k sodelovanju na mednarodni razstavi izumov na Dunaju. Pri tem je prišlo do problema, saj mnogi tuji obiskovalci niso želeli razstavljati na tej razstavi, ker za razstavljene izume ni bilo na voljo ustreznega varstva. Tako je prišlo do dveh dogodkov, in sicer do uveljavitve posebnega avstrijskega zakona, ki je zagotovil začasno varstvo vsem tujim udeležencem za njihove razstavljene izume. Istega leta, torej 1873, je bil sklican še Dunajski kongres za reformo patentov (Pretnar, 2002, str. 80).

Kot nadaljevanje Dunajskega kongresa je bil leta 1878 v Parizu sklican Mednarodni kongres o industrijski lastnini z nalogo, da se določijo osnove za enotno zakonodajo na področju industrijske lastnine. Tako je leta 1880 prišlo do mednarodne konference v Parizu, na kateri so sprejeli osnutek prihodnje Pariške konvencije. Ta konferenca je sprejela osnutek, ki je vseboval tista vsebinska določila, ki še danes predstavljajo glavne značilnosti Pariške konference. Leta 1883 so sklicali novo diplomatsko konferenco v Parizu, ki se je končala s končno potrditvijo in podpisom Pariške konvencije za varstvo industrijske lastnine. Pariško konvencijo je podpisalo enajst držav, in sicer Belgija, Brazilija, Salvador, Francija, Gvatemala, Italija, Nizozemska, Portugalska, Srbija, Španija in Švica. Leta 1894 so se tej konvenciji pridružile še Velika Britanija, Tunizija in Ekvador (Pretnar, 2002, str. 80).

Tako je danes Pariška konvencija eden od temeljev mednarodnega sistema intelektualne lastnine; najboljši dokaz za to je, da jo je do 7. avgusta 2002 podpisalo že 164 držav. Leta 1967 je bila v Stockholmu zadnjič revidirana.

Po vsebinskih določilih lahko Pariško konvencijo razdelimo na tri glavne skupine (Summary of the Paris Convention for the Protection of Industrial Property, 1998): načelo nacionalnega obravnavanja, načelo prednostne pravice in skupna pravila.

Načelo nacionalnega obravnavanja konvencije predvideva, da mora za varstvo industrijske lastnine vsaka država podpisnica konvencije priznati pripadnikom drugih držav podpisnic enako varstvo, kot ga priznava svojim pripadnikom. To načelo jamči, da tujci ne bodo na noben način diskriminirani in da bodo pri tem uživali varstvo. Torej to načelo zahteva izenačitev tujcev z domačimi pripadniki pri pridobivanju patentnega varstva, znamk itd. (Pretnar, 2002, str. 81).

Načelo prednostne pravice se nanaša na patente, uporabne modele (patenti s skrajšanim trajanjem), znamke in modele. To načelo omogoča, da lahko vlagatelj na podlagi redne prve prijave, ki je vložena v eni od držav podpisnic konvencije, v določenem obdobju (dvanajst mesecev za patente in uporabne modele, šest mesecev za modele in znamke) zaprosi za varstvo v vsaki drugi državi podpisnici konvencije. Te druge prijave bodo obravnavane, kot da bi bile vložene na dan prve prijave. Povedano drugače, te druge prijave bodo imele prednost pred prijavi, ki bi jih lahko vložile druge osebe za enak izum, uporabni model, znamko ali model v vmesnem obdobju. Prednost tega določila je v tem, da prijavitelju ni treba sočasno predložiti vseh prijav, temveč ima šest oziroma dvanajst mesecev časa, da se odloči, v katerih državah želi pridobiti varstvo (Summary of the Paris Convention for the Protection of Industrial Property, 1998).

Pri **skupnih pravilih** velja omeniti načelo neodvisnosti za patente. Če so patenti podeljeni v različnih državah podpisnicah konvencije za enak izum, so neodvisni drug od drugega. S tem to načelo jasno odraža načelo teritorialnosti in nacionalnega obravnavanja. Podobno načelo neodvisnosti velja tudi za znamke.

1.1.4 Bernska konvencija

Tri leta po Pariški konvenciji, torej leta 1886, je bila sprejeta Bernska konvencija. Njen namen je bil varstvo književnih in umetniških del. Za to konvencijo je znano, da je najstarejša konvencija na področju avtorskih pravic. Pri tem ne smemo pozabiti, da sta bili tako kot Pariška konvencija tudi Bernska konvencija večkrat revidirani. Do 15. aprila leta 2002 je Bernsko konvencijo podpisalo 149 držav (Pretnar, 2002, str. 83).

Določila Bernske konvencije se podobno kot pri Pariški konvenciji delijo v tri osnovna načela: načelo nacionalnega obravnavanja, zahteva za pridobitev in uživanje avtorskih pravic in neodvisnost varstva (Summary of the Berne Convention for the Protection of the Literary and Artistic Works, 1998).

Načelo nacionalnega obravnavanja se sklicuje na to, da dela, ki imajo izvor v eni od držav podpisnic konvencije, morajo imeti enako varstvo v vsaki od držav podpisnic konvencije, kot ga ta država podeljuje svojim državljanom.

Zahteva za pridobitev in uživanje avtorskih pravic ne sme biti odvisna od nobenih formalnosti. To pomeni, da se mora varstvo podeliti samodejno, brez zahteve po registraciji, devizni vlogi ipd.

Neodvisnost varstva. Uživanje in uveljavljanje priznanih pravic je neodvisno od uveljavljanja varstva v državi, v kateri je delo nastalo. Pri tem lahko vidimo zelo veliko podobnost z neodvisnostjo patentnega varstva po Pariški konvenciji.

Ne smemo prezreti skupnih točke Pariške in Bernske konvencije. Poleg načela neodvisnosti obravnavanja in varstva moramo dodati še administrativno določilo, ki dopušča sklepanje posebnih sporazumov med državami podpisnicami konvencije. Kljub temu pa se Bernska in Pariška konvencija razlikujeta. Tako Bernska konvencija določa minimalne standarde varstva, ki jih v Pariški konvenciji ni. Poleg tega Bernska konvencija vsebuje določila v zvezi s pravicami držav v razvoju (Pretnar, 2002, str. 83).

V Tabeli 1 lahko vidimo kako sta se konvenciji revidirali. Pri tem moram še dodati, da so po 2. svetovni vojni sledile še tri revizije Bernske konvencije. Tako lahko rečem, da sta ti dve konvenciji neprestano sledile trendom in tako nista zastarali. Zato lahko danes s pridom trdimo, da sta stebra vseh nadaljnjih dogovorov o zaščiti intelektualne lastnine.

Tabela 1: Prikaz revidiranja Pariške in Bernske konvencije

PARIŠKA KONVENCIJA		BERNSKA KONVENCIJA	
<u>Leto revidiranja</u>	<u>Kraj revidiranja</u>	<u>Leto revidiranja</u>	<u>Kraj revidiranja</u>
1891	Madrid	1896	Pariz
1900	Bruselj	1908	Berlin
1911	Washington	1914	Bern
1925	Haag	1928	Rim
1934	London		
1967	Stockholmu		
1980	Neuspešna revizija		

Vir: Pretnar, 2002, str. 84.

1.2 Ekonomski vidik intelektualne lastnine

Pri ekonomskem vidiku intelektualne lastnine se zastavlja vprašanje, ali se sploh splača truditi s pridobivanjem patentov, licenc, spletnih domen itd., torej vprašanje, ali je z ekonomskega vidika smotno zaščititi izum, spletno domeno itd. Spoznali smo pravni pomen intelektualne lastnine, zdaj pa se je treba vprašati, kakšne so njene koristi. Zavedati se je treba, da ne gre le za koristi podjetnikov oziroma poslovnih subjektov. Na drugi strani imamo porabnike

(posameznike), ki svoje interese prav tako lahko dosežejo z vzvodi zaščite intelektualne lastnine. Eni in drugi se pri zaščiti lahko zanesejo na uradne državne in mednarodne organe.

Zaradi izključne narave so z ekonomskega vidika pravice intelektualne lastnine izredno pomembne, saj vplivajo na povečanje konkurenčnosti subjektov na trgu, njihov dolgoročni razvoj, na raziskave, razvoj in investicije, na vzpostavljanje novih ali širjenje že obstoječih vej gospodarstva, na odpiranje novih delovnih mest in nenazadnje tudi na povečanje prihodkov države iz naslova davkov. Zatorej je potreba po zaščiti nujna in za organizacijo življenjskega pomena (Osnove intelektualne lastnine, 2006).

1.2.1 Koristi za podjetja in porabnike

Pozitiven prispevek k ugledu in prepoznavnosti podjetja. Domena in znamka sta ključni prvini v komunikacijski strategiji. Ob ustrezni uporabi lahko prispevata k dobremu ugledu in večji prepoznavnosti podjetja.

Nov vir pogajalskih moči. Domena in znamka sta lahko pomemben vir pogajalskih moči. To je še posebno velikega pomena pri odnosu podjetja oziroma organizacije do dobavitelja ter druge javnosti.

Lažja razširitev znamke z novimi izdelki ali storitvami. Močna znamka lahko omogoči izdelku ali storitvi hitreše prepoznavanje, s čimer jo uporabniki hitreje sprejmejo. Zato podjetja uporabljajo izpeljanke iz osnovnih imen. Tako ima podjetje Lek zavarovane znamke pod imenom: Lekovit, Lekoflour itd. To je bolj znano pri blagovnih znamkah, vendar obstaja tudi možnost pri uporabi spletnih domen. Vse fakultete, ki spadajo v sklop Univerze v Ljubljani, so denimo dobile enako sekundarno in vrhno domeno (uni-lj.si). Na primer: medicinska fakulteta: mf.uni-lj.si ali pa ekonomska fakulteta: ef.uni-lj.si.

Povečanje vrednosti podjetja. Močne znamke ali spletne domene lahko zelo močno povečajo finančno vrednost podjetja. Lahko si le predstavljamo, koliko milijonov evrov bi bilo treba odšteti za nakup spletne domene www.amazon.com. Z nakupom takšne spletne domene ne bi veliko pridobili z osnovnimi sredstvi, temveč bi največ izkoristili prav s prepoznavnostjo.³ Ko namreč omenimo nakup knjige po spletu, se večini porabnikov porodi misel na www.amazon.com (Jobber, 2007, str. 264).

Večja motivacija zaposlenih. Domene in znamke integrirajo dejavnosti trženja ter motivirajo zaposlene in druge udeležence v procesu trženja. Tako na podlagi identitete, poslanstva in dolgoročnega potenciala znamke vodstvo podjetja usklajuje razvojne načrte, dejavnosti in vire v različnih medijih in na trgih.

³To lahko vidimo tudi iz primera Nestlé in Rowntree. Družba Nestlé je za nakup podjetja Rowntree, britanskega proizvajalca živil, odštela kar šestkratnik knjigovodske vrednosti podjetja Rowntree. Podjetja Rowntree je znano po blagovnih znamkah KitKat, Quality Street, After Eight itd. Podjetja Nestlé ni zanimala proizvodnja podjetja Rowntree, temveč pridobitev blagovne znamke Rowntreeja.

Vstopna ovira v panogah za konkurente. V tistih panogah in na tistih trgih, kjer so prisotne močne znamke in domene, je lahko začetni vložek za konkurenco veliko večji, kot bi bil, če bi bile prisotne šibke in nepomembne znamke in domene. Že misel na to, da bi začeli konkurirati domeni *www.amazon.com*, nas odvrne od takšnega početja. V primeru konkuriranja domenama *www.avto.net* ali *www.salomon.si* pa je s stroškovnega vidika veliko ceneje, pri čemer se pojavljajo tudi večje možnosti za uspeh.

Večji dobiček. Izdelki in storitve z močnimi znamkami in domenami so redko poceni in so vedno povezane s premijskimi cenami. Večji kapital znamke ali domene torej pomeni, da porabniki dobijo višjo dodano vrednost kot pri šibkih znamkah. Pri tem so raziskave pokazale, da je donosnost večja pri znamkah, ki imajo večji tržni delež (Jobber, 2007, str. 264).

Vpliv na zaznavnost in preference porabnikov.. Močne znamke in domene imajo dokazano pozitiven vpliv na zaznave in preference porabnikov. To je potrdil tudi Jobber v svojem delu *Marketing Mix Decision*. Opisal je poskus z *Diet Coke*. Vzel je dve skupini ljudi: prva ni vedela, za katero znamko pijače gre, v drugi pa so vedeli za njeno znamko. Rezultati so pokazali, da znamka *Diet Coke* bistveno bolj pozitivno vpliva na preference porabnikov (Jobber, 2007, str. 265).

Pri vsem tem ne smemo pozabiti na zvestobo kupcev. Zvestoba znamki ali domeni povečuje možnost ponovnega nakupa izdelka ali storitve, pri čemer zmanjšuje trženjske stroške, saj intenzivno oglaševanje ni potrebno. Zvestoba znamki oziroma domeni povečuje prodajno moč in privablja nove porabnike. Pomembno je, da dajemo velik pomen zvestim kupcem, saj so prizanesljivejši do povišanja cen, s čimer podjetja dobijo večji manevrski prostor pri oblikovanju cen in odzivih na inflacijske pritiske. Prav zvesti kupci omogočajo, da se neka znamka ali domena lahko ohrani tudi daljše obdobje.

Doslej smo obravnavali koristi znamk in domen za podjetja, zdaj pa si oglejmo še nekatere pomembne koristi znamk in domen za porabnike. Cenovne primerjave so zmanjšane in olajšane takrat, ko porabniki jasno razlikujejo znamke in domene. Poleg tega imajo kupci zagotovilo, da so izdelki določenega imena ustrezne kakovosti, imajo garancijo in bodo ob ponovnem naročilu dobili izdelke primerljive kakovosti. Podjetje, ki je odgovorno za izdelke, je porabnikom znano.

Olajšano je prepoznavanje izdelka, saj porabniki lahko naročijo izdelek z imenom in ne z opisom. Poleg tega porabniki občutijo manj tveganja pri nakupu znane znamke ali pri nakupu pod znano domeno, do katere imajo pozitivno stališče. Uporaba znamk, domen in oblikovanje posebnih zunanjih videzov olajšata segmentiranje trga. Znamka ali domena se lahko uporablja za prodajo celotne linije izdelkov. Znamka ali domena se lahko uporablja za vstop v novo kategorijo izdelkov (Damjan, 1994, str. 13).

Pri tem se moramo zavedati, kako je z uporabo sredstev intelektualne lastnine pri financiranju našega posla. Industrijska lastnina nam je lahko v pomoč pri pridobivanju financ vlagateljev. Banka kot finančna ustanova bo preverila in ocenila, kako in ali sploh je nov inovativen proizvod ali storitev zaščiten s patentom, uporabnim modelom, blagovno znamko, industrijskim dizajnom ali avtorskimi in sorodnimi pravicami. Takšna zaščita je pogosto dober pokazatelj, kako se bo podjetje odrezalo na trgu. Lastništvo pravic je pomembno pri prepričevanju vlagateljev in posojilodajalcev glede tržnih priložnosti, ki se pri tem pojavijo. V nekaterih primerih lahko močan patent odpre vrata številnim priložnostim za financiranje. Lastništvo pravic omogoča podjetju ekskluziven tržni položaj in večji tržni delež, če se izdelek ali storitev izkaže za uspešnega. Podjetja dobijo z intelektualno lastnino (domene kot znamke) več koristi, in sicer kot podajam v Tabeli 2, kjer pa v desnem stolpcu prikazujem tudi nekaj slabosti, ki jih prinašajo blagovne znamke (Kotler, 2004, str. 406 – 442).

Tabela 2: Prikaz koristi in slabosti blagovnih znamk za podjetja in porabnike

	KORISTI	SLABOSTI
P O D J E T J A	Ekskluziven položaj.	Zaradi želje po čim večjem dobičku podjetja ne upoštevajo in ne kontrolirajo svoje proizvodnje ter s tem izgubljajo na kvaliteti svojih proizvodov.
	Nov vir pogajalskih moči.	
	Olajšano segmentiranje trga.	Marsikatero podjetje je zaradi prepoznavnosti znamke popolnoma prenehalo z oglaševanjem, kar lahko dolgoročno prinaša več škode kot koristi.
	Povečanje vrednosti podjetja.	
	Večja motivacija zaposlenih.	
	Vstopna ovira v panogah za konkurente.	
	Večji dobiček.	
Lažja razširitev znamke z novimi izdelki ali storitvami.	Blagovna znamka lahko zasenči ime podjetja, kar pomeni da porabniki ne vedo kdo je dejanski proizvajalec izdelka (primer znamk Jacobs in Milka, proizvajalca Kraft).	
Lažje pridobivanje sredstev s strani vlagateljev.		
P O R A B N I K I	Vpliv na zaznavnost in preference porabnikov.	Tudi sloveče znamke, ki so znane po vsem svetu svojo proizvodnjo selijo na področja tretjega sveta, kjer delo opravljajo v slabih delovnih razmerah tudi otroci.
	Pozitiven prispevek k ugledu in prepoznavnosti podjetja.	
	Olajšano prepoznavanje izdelka.	Podjetje kot nosilec blagovne znamke ni nujno tudi najboljše na trgu.
	Garancija.	
	Ustrezna kakovost proizvodov in storitev.	
	Jasno razlikovanje znamk.	
Občutek nižjega tveganja ob nakupu.		

Vir: Lasten vir.

1.2.2 Ekonomski pomen pravic intelektualne lastnine

Nova stvaritev je ekonomsko pomembna tako za državo kot za ustvarjalca. Največ prijavljenih patentov imajo na Japonskem, v ZDA in drugih razvitih (zahodnoevropskih) državah. Gospodarstvo se razvija z ustvarjanjem novega, zato je za državo še kako pomembno, da nastajanje intelektualnih stvaritev spodbuja prav z varstvom pravic intelektualne lastnine in tudi z drugimi mehanizmi (davčna politika, davčen olajšave itd.).

Pri tem ima od nove stvaritve korist tudi ustvarjalec, saj ustvarja zato, da bi stvaritev unovčil. Glavna pravica ustvarjalca je, da s svojo stvaritvijo razpolaga, jo izkorišča in ima pri tem monopol. Največkrat pa ustvarjalec ne more izkoriščati svoje pravice sam, vsekakor je potrebna organizacija proizvodnje, pridobitev posojil, organizacija prodajne mreže, promocija, trženje itd. Te dejavnosti opravljajo specializirana podjetja (založniška podjetja, proizvodna podjetja, podjetja za trženje). Ustvarjalec mora pravico le prenesti na nekoga drugega, da postane njen izvedeni nosilec, sam pa dobi ustrezno plačilo. Tako je mogoče reči, da je pravo intelektualne lastnine tesno povezano s pogodbenim pravom, saj ustvarjenemu dosežku največkrat sledi sklenitev različnih vrst pogodb. Pri tem obstaja možnost, da ustvarjalec svojo pravico vloži tudi v gospodarsko družbo kot stvarni vložek in postane družbenik, družba pa organizira izkoriščanje pridobljene pravice (Pretnar, 2002, str. 120).

Obstaja pa tudi možnost, da ustvarjalec sklene licenčno pogodbo in z njo prenese samo del upravičenj, del pa jih zadrži zase. Izjema velja za podjetje, ki je prav tako lahko intelektualna stvaritev, vendar pa se lahko prenese samo v celoti, ne pa tudi deloma. Pogosto gre za mešano, zloženo pogodbo, v kateri se pojavljajo prvine različnih pogodbenih tipov. Tako pogodba o distribuciji velikokrat vsebuje licenčno pogodbo. Gre za obliko prodajne pogodbe, pri kateri se ena stranka zaveže, da bo prodajala izdelke druge stranke, hkrati pa bo smela uporabljati njeno blagovno znamko.

Podobno je tudi pri pogodbi o franšizingu, ki vsebuje vrsto patentov, blagovnih znamk avtorskih del itd. Pri pogodbenih prenosih pravic intelektualne lastnine se stranki dogovorita za denarno plačilo, pri čemer je težko oceniti vrednost stvaritve. Negotov je tudi dohodek od njene prodaje. Tako se stranki lahko dogovorita za plačilo v obliki pavšalnega zneska ne glede na uspeh prodaje. Lahko pa se dogovorita tudi za odstotno plačilo od dohodka prodaje. Oba načina imata svoje prednosti in slabosti. Za zmanjšanje tveganja se je uveljavila kombinacija obeh načinov. Stranki se dogovorita, da gre ustvarjalcu določen pavšalni znesek in določen odstotek od prodaje izdelkov, ko in če bo prodaja presegla določeno število kosov (Pretnar, 2002, str. 130).

Podjetja, ki se pojavljajo kot pogodbene stranke (založniška, trženjska, proizvodna, finančna ali druga podjetja) imajo v primerjavi z ustvarjalcem največkrat močnejši ekonomski položaj, zato se ustvarjalci (izumitelji, avtorji) združujejo v različna društva, s katerimi se borijo proti ekonomski premoči podjetij.

1.3 Kategorije intelektualne lastnine

V tem delu se bom omejil predvsem na tiste kategorije intelektualne lastnine, ki so neposredno povezane s spletnimi domenami v povezavi z blagovnimi znamkami. Podrobno bomo torej opisali blagovne znamke in spletne domene, ki so tako s pravnega kot z ekonomskega vidika za to diplomsko delo najpomembnejše.

1.3.1 Blagovne znamke

Gospodarstva 21. stoletja si ni mogoče predstavljati brez blagovnih in storitvenih znamk, podjetij, imen domen in drugih instrumentov, s katerimi lahko identificiramo proizvajalce in prodajalce. Ti instrumenti omogočajo razlikovanje blaga in storitev od tistega, ki ga ponuja konkurenca. Tako je dandanes tržna identiteta nepogrešljiv pogoj za delovanje sodobnega gospodarstva. Zato se v pravu uveljavlja nov pojem, pojem »podjetniškega identifikatorja«. To je »vsak znak, ki se uporablja za identifikacijo poslovne dejavnosti fizične ali pravne osebe, organizacije ali združenja«. Pojem zajema vse pravne oblike, ki omogočajo tržno identifikacijo (Joint Recommendation Concerning Provisions on the Protection of Well-Known Marks, 2000).

Ključna vloga znamke je razlikovanje. Izdelki in storitve določene znamke se morajo razlikovati od konkurenčnih izdelkov ali storitev. Z razlikovalno vlogo je povezana tudi vloga ugotavljanja izvora določenega blaga ali storitve. Razlikovalna funkcija je najpomembnejši pravni kriterij, izpolnjevati ga mora vsak znak, ki naj bi bil registriran kot znamka. Večina zakonov tako ali drugače določa, kdaj ta pogoj ni izpolnjen; opredeljeni so razlogi za zavrnitev registracije zaradi pomanjkanja razlikovalne vloge (glej Tabelo 3).

Tabela 3: Razlogi za zavrnitev registracije znamke

Generični pojmi, tisti, ki označujejo skupino ali vrsto blaga/storitve (hrana, pohištvo ...).
Opisni znaki, tisti, ki označujejo vrsto, kakovost, namen, vrednost, poreklo.
Navedbe geografskega izvora.
Črke, številke in osn. geometrijske oblike (razen če niso predstavljene na fantazijski način).
Tuje pisave in prečrkovanja.
Imena in priimki, ki so brez razlikovalnega učinka ali zavajajoči.
Navedbe geografskega izvora, ki so napačne za zadevno blago.
Znaki, ki nasprotujejo morali ali javnemu redu.
Znaki, ki jih država uporablja za javne institucije ter mednarodne organizacije.

Vir: Pretnar, 2002, str. 64; Intellectual Property Handbook, 2001.

Za pridobitev pravnega varstva je treba vložiti prijavo, nato pa znak registrirati. Obseg varstva določa seznam blaga in storitev, na katere se nanaša registracija. Osnove in pravila za mednarodno poenoteno klasifikacijo blaga in storitev za blagovne znamke določa mednarodna pogodba *Nicejski aranžma o mednarodni klasifikaciji proizvodov in storitev*. Ta sporazum je eden od mnogih tehničnih sporazumov, za katere skrbi WIPO (Intellectual Property Handbook, 2001).

Sama registracija ni pogoj za uporabo določenega znaka. Neregistrirane znake »brands« lahko komercialno uporablja vsak. V mnogih državah, tudi v Sloveniji, je obstoj pravnega varstva odvisen od dejanske rabe znaka. Pri tem je treba omeniti, da v nasprotju z večino drugih kategorij intelektualne lastnine lahko pravno varstvo znamk traja poljubno dolgo. Običajno se varstvo registrirane znamke lahko obnovi vsakih deset let, pod pogojem, da je znamka v gospodarski rabi.

Blagovnih znamk je več oblik, med njimi se najdejo tudi tridimenzionalne. Različne blagovne znamke uporabljajo tako proizvajalci kot trgovci z namenom, da v očeh kupcev ločijo svoj izdelek od konkurenčnih. Sprva so blagovne znamke oblikovali tako, da so povezovale izdelek z njegovim izvorom. Tako so porabniki vedeli, od kod izdelek prihaja (geografsko) oziroma od katerega proizvajalca je. Danes pa se porabnik odloča predvsem na podlagi izkušenj ter poznavanja in uveljavljenosti blagovnih znamk. S tega vidika lahko rečemo, da ni več pomembna le kakovost proizvoda, temveč tudi množičnost in spretnost oglaševanja (Creatoor, 2007).

Blagovna znamka komunicira s svetom z vsemi svojimi sestavnimi deli in lastnostmi ter se popolnoma razcveti šele z vsemi svojimi deli: izdelki in storitvami, ceno, prodajnimi potmi, tržnim komuniciranjem, idejami in ljudmi, tudi tehnologijo, postopki, procesi. Svojo veljavo pa pridobi še posebno z vrednotami, normami, filozofijo, temperamentom, značajem in slogom. Pravzaprav ji šele ti elementi vdahnejo življenje, jo omogočajo, ustvarjajo njeno zgodbo in napolnjujejo njena jadra. Blagovna znamka je medsebojno neločljivo povezana, razmeroma skladna, dolgoročno naravnana, enotno usmerjena, usklajena in prepletena celota vseh otipljivih in neotipljivih delov podjetja; od poslanstva, vizije, strategije, strojev, zgradb, ljudi, izdelkov, tržnega komuniciranja ter celo partnerjev in kupcev (Creatoor, 2007).

Farrand (2006, str. 3), specialist svetovalca na področju intelektualne lastnine, trdi, da morajo vsi, ki se odločajo za lansiranje blagovne znamke na trg, storiti, kar je prikazano v Tabeli 4.

Tabela 4: Priporočila za uspešno lansiranje blagovne znamke

Za znamko izberite inovativne namesto deskriptivne besede.

Najemite dobrega odvetnika, da pred lansiranjem naredi raziskavo.

Registrirajte besede ločeno od celotnega imena in loga.

Natančno opredelite proizvode in storitve, ki jih ponujate pod to blagovno znamko.

Vir: Farrand, 2006, str. 3.

1.3.2 Imena domen kot znamke

Z razvojem novih tehnologij nastajajo tudi nove oblike trgovin, ki potekajo prek interneta. To so t. i. elektronske trgovine (krajše: e-trgovina). E-trgovina je postala ekonomski fenomen, ki se nezadržno razvija. Tako je bilo 1. decembra 1999 na spletu več kot 4,9 milijona komercialnih spletnih strani; to število se je v letu 2000 povečevalo za skoraj 500.000 spletnih strani na mesec. Istega leta je vrednost oglaševanja na internetu dosegla tri milijarde

ameriških dolarjev. Vrednost oglaševanja je bila v letu 2000 presežena za več kot desetkrat vrednosti oglaševanja v letu 1996 (Pretnar, 2002, str. 68).

Domena spletnih prodajalcev je njihova osnovna identifikacija. Majhen korak je potreben, da spoznamo medsebojno povezanost imen domen in znamk. »Ime domene je naslov na spletni strani, ki je namenjen preprosti identifikaciji in lažjemu pomnjenju (na primer google.com). Imena domen postajajo podjetniški identifikatorji in celo prave znamke (na primer amazon.com). Z uporabo obstoječih znamk za imena domen podjetja privabljajo potencialne kupce na svoje spletne strani« (Internet domain name disputes: questions and answers, 2001).

Imena domen spadajo med podjetniške identifikatorje in imajo enako osnovno ekonomsko vlogo (razlikovanje) kot znamke. Omeniti velja še razliki med imeni domen in znamkami: (1) načelo teritorialnosti, ki je osnova za vse pravice intelektualne lastnine (razumljivo je, da ni združljivo z globalno naravo interneta); (2) registracija imen domen poteka po popolnoma drugačnih poteh in postopkih kot registracija znamk.

2 INTERNETNE DOMENE KOT BLAGOVNE ZNAMKE

2.1 Domena kot znamka

V zadnjem času smo priča nenehni rasti uporabe spleta in vzponu njegovih učinkov, ki jih ima pri elektronskem poslovanju tudi na znamke. Internet omogoča kupcem hitro in preprosto primerjavo izdelkov, njihovih cen in lastnosti. Po drugi strani porabnikom otežuje izbiro zaradi nepregledne ponudbe različnih izdelkov. Ker porabniki velikokrat nimajo dovolj časa, da bi proučili ponudbo vseh izdelkov ali storitev, se mnogokrat odločajo o izbiri izdelka na podlagi znamke. Tako so znamke postale ključni dejavnik elektronskega poslovanja. Glavni razlog za to je, da znamke omogočajo porabnikom hitro razlikovanje med izdelki ali storitvami.

Domenska imena so torej zelo pomembna za podjetniško delovanje (glej Priloge 2, 3, 4), saj lahko vsebujejo blagovne in storitvene znamke, modele, kolektivne znamke, geografske oznake porekla blaga pa tudi podjetje, s katerim gospodarski subjekt posluje na trgu. Poleg tega lahko domena pomeni tudi ime fizične osebe (npr. nogometaš Wayne Rooney), kjer se prav tako pojavljajo podobne težave oziroma spori kot pri domenah, ki vsebujejo pravni subjekt v taki ali drugačni obliki. Pri slednjem gre seveda za kršenje avtorskih pravic znanih osebnosti.

Domeno lahko opredelimo kot nadomestilo za spletni naslov, ki je razumljiv vsakemu uporabniku spleta. Spletni naslov kot tak je podan v obliki besede kot na primer www.google.com. Pravi spletni naslov pa je v obliki številke kot na primer 288.9.7.72. Domena obstaja predvsem zaradi lažje razumljivosti uporabnikov spleta in zato, da si uporabniki lažje zapomnijo spletni naslov.

2.2 Spletne domene

Domene so lahko sestavljene iz dveh ali več delov, ki so ločeni s piko. Na primeru `www.ef.uni-lj.si` so prikazane vrste domen:

- vrhnja domena (TLD – *Top Level Domain*): nahaja se na skrajno desni strani (**si**),
- sekundarna domena: nahaja se levo od vrhnje domene (**uni-lj**),
- nižja poddomena: nahaja se še bolj levo od sekundarne domene (**ef**).

Vrhnje domene se delijo v dve veliki skupini, in sicer na generične vrhnje domene (g TLD), ki so sestavljene iz treh ali štirih črk, in državne vrhnje domene (cc TLD), ki jih sestavljata dve črki.

Generične vrhnje domene služijo za označevanje vrste strežnika in jim pravimo »odprte«. »Odprte« zato, ker nimajo omejitev glede oseb ali objektov, ki jih lahko registrirajo (npr. `.com`, `.net`, `.org`). Niso pa vse generične vrhnje domene odprtega tipa (glej Prilogo 9). Nekatero od njih so sponzorirane, torej namenjene točno določenim subjektom (npr. `.mil`, `.edu`, `.aero`). Tabela 5 prikazuje vrste generičnih vrhnjih domen.

Tabela 5: Generične vrhnje domene

<code>.com</code> (označuje komercialni uporabniki)
<code>.aero</code> (označuje strežnik povezan z letalstvom)
<code>.int</code> (strežnik, ki ga uporabljajo le mednarodne ustanove)
<code>.edu</code> (strežnik univerze)
<code>.mil</code> (vojaška infrastruktura)
<code>.net</code> (večja omrežja)
<code>.org</code> (organizacija)

Vir: . Albitz, Liu, 1994, str. 21.

Večina od zgornjih domen je v uporabi od leta 1985. Od leta 2001 obstajajo tudi domene `.biz`, `.coop`, `.info`, `.museum`, `.name`, `.pro`, od leta 2005 pa še `.cat`, `.jobs`, `.mobi`, `.travel`. Med generičnimi domenami močno izstopa domena `.com`, ki je daleč najbolj priljubljena. Zaradi slednjega, je nad to domeno prisotnih tudi največ sporov (glej Prilogo 10).

Skupno neto število registriranih domen (obstoječe domene + nove registracije – zastarane domene) je v marcu 2006 preseglo 65 milijonov. Od tega jih je skoraj 50 milijonov domen `.com`. Naslednja največja skupina so domene `.net` z več kot sedem milijonov registracij. Po številu registracij glede na izvor registrarjev izstopajo ZDA in VB. Med julijem 1998 in januarjem 2001 je bilo približno 50 % vseh registracij domen po svetu (g TLD in cc TLD) opravljenih v teh dveh državah. Sledi jima Nemčija. Danes številke presegajo 60 milijonov domen, od tega jih je več kot 40 milijonov v komercialni rabi, druge pa so bolj ali manj zasebne narave (Chaudri, 2007, str. 63).

Poleg zgornjih vrhnjih domen poznamo tudi državne domene. V skupino državnih (zemljepisnih) domen, ki jih je okoli 240, spadajo npr. `.au` (Australija), `.ca` (Kanada), `.cl`

(Čile), .dk (Danska), .fi (Finska), .fr (Francija), .de (Nemčija), .it (Italija), .jp (Japonska), .es (Španija), .se (Švedska), .uk (Velika Britanija), .us (ZDA), .si (Slovenija). Njihovo naravo prikazujem v Prilogi 13.

Med državnimi domenami so najbolj priljubljene oziroma znamenite .it za Italijo in .tv za Tuvalu, ker omogočajo zanimivo registracijo kot npr. »stop.it«, »move.it« ali »vampire.tv« itd. Zanimive državne domene so še .md za Moldavijo, ki je pogosto registrirana za medicinske centre (»medical centre«), ali pa .at za Avstrijo, ki je zanimiva zaradi registracije »arrive.at« ipd. Večina omenjenih držav ima seveda strog režim registracije pod vrhno državno domeno. Predvsem gre za zemljepisno omejenost; za registracijo lahko torej zaprosijo le državljani oziroma organizacije, ki so z določeno državo kakor koli povezane. Pri državnih vrhnjih domenah gre omeniti še, da so zanje pogoste registracije sekundarnih (generičnih) domen kot npr. .co.uk, .gov.uk ali pa .org.uk itd. v Veliki Britaniji.

Zanimiva je tudi domena .eu, ki spada med državne vrhnje domene (cc TLD), vendar gre seveda za regijsko domeno, ki obsega več držav. Ta domena spominja na CTM (*Community Trade Mark*), pravico intelektualne lastnine, ki pokriva celotno Evropsko unijo. Razlika pa ni samo v tem, da gre na eni strani za znamke in na drugi za domene, temveč lahko domeno .eu za razliko od CTM registrira le organizacija, registrirana v EU, podružnica s sedežem v EU ali pa rezident EU kot fizična oseba. Po pričakovanjih je domena .eu ena najbolj priljubljenih, saj je bilo od decembra 2005 do novembra 2006 že 2,3 milijona teh domen. Pooblaščen register za domeno .eu je organizacija EURid⁴ (Chaudri, 2007, str. 63).

Motivi registracije domene so seveda različni. Od tega je odvisna tudi nadaljnja narava in uporaba spletne domene. Poznamo nevedne kršitelje intelektualne lastnine, ki mislijo, da uporabljajo domensko ime zakonito. Na drugem mestu po statistiki kršiteljev so namerni kršitelji, t. i. *cybersquatterji*, ki z namenom materialnega okoriščenja registrirajo domeno, ki jo nato bodisi prodajo bodisi le izsiljujejo poslovne in fizične subjekte. Tretje mesto zasedajo tisti, ki konkurirajo določenim subjektom na trgu in s tem povzročajo zmedo in poslovno škodo. Naslednji tip kršiteljev so tisti, ki se želijo maščevati zaradi osebnih zamer (npr. nekdanji zaposleni), in nezadovoljni porabniki oziroma uporabniki določenih dobrin. Tabela v Prilogi 8 prikazuje, v katerih sektorjih gospodarstva je največ sporov. Pri tem je treba omeniti tudi nekaj nasvetov za učinkovitejšo izrabo domen (Spletne strani in javno dostopni podatki Slonic, 2007):

- a) Domena naj bo podobna besedi ali imenu, na katerega ljudje pomislijo, ko pomislijo na določen izdelek.
- b) Domena naj se začne s številko 1 ali besedo na a, saj se bo na abecednih seznamih nahajala na vrhu.

⁴Po mnenju Marca Ostrofskyga, predsednika REIT Inc., vlagatelja na področju domenskih imen iz Houstona, je agencija EURid dala preveliko prednost Evropejcem. Ti namreč precej lažje vlagajo v ameriške domene kot pa Američani v evropejske. Po njegovem mnenju je zdajšnji sistem registracije domene .eu nepošten (Bulkeley, 2006a, str.1).

- c) Dobro se je izogibati domeni, ki se začne s številko 0, saj se zelo pogosto zamenja s črko O.
- d) Najbolj priljubljena domena je .com. Priljubljene so še .org in .net.
- e) Za večjo prepoznavnost je priporočljivo, da registriramo več domen, prek katerih bo naša spletna stran dostopna.
- f) Imena domen naj bodo čim krajša (od ene do največ treh besed).

Skratka, pomen in vrednost spletne domene lahko enačimo s pomenom blagovnih znamk. Pogosto se sliši kliše, da poslovni subjekt v današnjem času ne more obstajati brez spletne domene. Domena namreč predstavlja virtualno identiteto, ki daje subjektu na trgu povsem nov obraz ali pa le-tega preslika iz fizičnega sveta. Pri tem je treba poudariti, da zaradi »prostorske omejenosti« virtualnega sveta ne more biti dveh enakih spletnih domen.

Ker je povpraševanje po domenah čedalje večje, si na tem področju obetamo še veliko sprememb in korakov v smeri izboljšanja načina registracije in same zaščite intelektualne lastnine poslovnih subjektov. V zadnjem času se sistem domenskih imen odpira v tem smislu, da obstaja vse več generičnih domen, ki širijo poligon manevriranja s spletnimi domenami. Nič čudnega torej ni, da je boj za domene tako močan tako na strani legitimnih registracij kot na strani t. i. *cybersquatterjev*, ki stremijo k hitrim zaslužkom. Uspešnost registracije in prepoznavnost same domene v očeh porabnikov sta odvisni tudi od izbire imena znamke, ki je močno povezana z izbiro imena domene.⁵

2.2.1 Registracija domene kot blagovne ali storitvene znamke

Upravičenci lahko registrirajo domeno, ki je enaka blagovni ali storitveni znamki. Če znamka vključuje tudi slikovni del, se upošteva njen besedni del. Imetnik znamke je vsak, ki je vpisan v registru znamk kot njen nosilec. Je torej vsak, ki mu je Akademsko in raziskovalna mreža Slovenije z licenčno pogodbo podelila pravico do uporabe znamke kot domene. Pri tem si Arnes pridružuje pravico do odvzema domene takoj po izteku vpisane pravice ali v primeru prenehanja pravice.

Sistem oziroma pravila registracije variirajo od države do države. Za razliko od ZDA nekatere države zahtevajo predhodno registracijo znamke, tako da nevednost kršitve pravic intelektualne lastnine nekoga drugega niso izgovor. Nekatere države (na primer Norveška) onemogočajo poslovnim subjektom registracijo domene, različne od njihovih registriranih imen znamk. V Braziliji denimo izbrišejo domeno, če ta ni bila uporabljena šest mesecev. Finska omogoča registracijo samo ene domene na podjetje. Nekatere države (na primer Izrael) strogo ločujejo domeno .net od domene .com, spet druge (na primer Kongo) imajo neverjetno visoke stroške registracije. V ZDA so stroški sorazmerno nizki, zato lahko cybersquatterji registrirajo veliko domen, tudi spornih in kršečih pravice drugih (Cabell, 2000, str. 5 – 17).

⁵Znan je slovenski primer, kjer je pritožnik zahteval prenos domene »design.si«, ker je registrirani lastnik znamke »DeSIGN« pri Uradu za intelektualno lastnino RS. Zaradi uporabe domene v dobri veri (nosilec naj ne bi vedel za omenjeno znamko, saj gre po njegovem za splošno besedo) je bila zahteva pritožnika zavrnjena. Omenjeni primer izstopa, ker gre za besedo posebne narave (>design«), ki je na meji generičnih besed. To dokazuje, kako pomembna je pri registraciji znamke izbira besede oziroma besedne zveze.

V nadaljevanju je opisan postopek za registracijo domene. Na vmesniku WHOIS⁶ je treba preveriti, ali je domena, ki jo želimo registrirati, še prosta. Pravila registracije na WHOIS so seveda v rokah organizacije ICANN.⁷ (Arnesove spletne strani in javno dostopni podatki za registracijo domene, 2007):

- a) Seznaniti se je treba s splošnimi pogoji za registracijo domen pri registrarju.
- b) Dogovoriti se je treba z registrarjem, ki bo v našem imenu prek samodejnega sistema posredoval vlogo za registracijo želene domene.
- c) Sistem za registracijo obvesti registrarja o uspešni registraciji domene, transakcija pa se zaračuna registrarju. O ceni registracije, ki jo bomo kot nosilci plačali registrarju, se z registrarjem dogovorimo predhodno.
- d) Ko je domena registrirana, nam bo registrar podal ustrezne informacije o domeni, omogočal spremembe kontaktnih in drugih podatkov, povezanih z domeno, ter v našem imenu v skladu s splošnimi pogoji opravljal podaljšanje registracije in druge transakcije z vašo domeno.

2.2.2 Registracija domen pod .si

Domena je lahko sestavljena iz črk angleške abecede (A–Z), pri čemer ni razlike med malimi in velikimi črkami, števk (0–9) in znaka - (vezaj). Prvi in zadnji znak ne smeta biti vezaj, niz mora obvezno vsebovati vsaj eno črko. Na tretjem in četrtem mestu ne sme biti dveh vezajev. Dolžina niza je lahko od 3 do 63 znakov. Niz ne sme biti enak že registrirani domeni pod vrhjnjo domeno .si. Ne sme biti enak kateri od obstoječih vrhnjih domen (.com, .int, .org, .net, .edu, .museum, .info, .biz, .name, .coop, .mil).

Za potrebe registra so rezervirane domene .dns.si, .nic.si, .internic.si, .whois.si, .register.si, .registry.si, .domain.si, .das.si, .ards.si. Pri tem moram omeniti samo dejstvo, da se pravila registracije v državah pod nacionalno domeno nenehno spreminjajo. Tako odgovorne institucije pripravljajo spremembe predvsem v smislu večjih možnosti zaščite z različnimi svetovnimi različicami pisav (npr.: nemških ali kitajskih črk).

Novi splošni pogoji za registracijo domen pod .si so začeli veljati 4. aprila 2005 ob deseti uri. To pomeni, da je v tem času Arnesov strežnik začel sprejemati zahteve za registracijo domen, ki so jih v imenu prihodnjih nosilcev na Arnes pošiljali registrarji (Arnesove spletne strani in javno dostopni podatki o najpogostejših vprašanjih, 2007).

⁶Vmesnik WHOIS – spletna stran, prek katere preverjamo obstoj zelenih domen. Tu najdemo vse že registrirane domene, na podlagi česar lahko vidimo, ali je naša znamka že registrirana kot spletna domena. Če naš namen in želja sovpadata z že obstoječo domeno, nam ne preostane drugega, kot da registriramo novo. Druga možnost je arbitražni in zadnja sodni postopek.

⁷ICANN – spletna korporacija za dodeljevanje spletnih števil. V aprilu leta 2006 je komite omenjene organizacije razpravljal o tem, ali naj bodo lastniki spletnih domen anonimni za javnost. Bruce A. MacDonald, odvetnik in specialist na področju blagovnih znamk, meni, da je ta predlog za spremembo pravil WHOIS škandalozen in negativno vpliva na zaščito samih znamk. V tem primeru bi namreč podjetja izgubila možnost iskanja ljudi, ki nimajo pravic uporabe njihovih blagovnih znamk. Primer razprave po mnenju profesorja Milтона Muellerja uspešno nakazuje, da ICANN vendarle ni pod vplivom vlade ZDA in lastnikov znamk. Pravi pa, da bo vlada ZDA najbrž vendarle posredovala, tako kot je to storila, ko je komite želel odpreti novo domeno .xxx, namenjeno pornografskim stranem (Bulkeley, 2006, str. 2).

Vsem domenam, registriranim pred omenjenim datumom, je 6. 6. 2005 potekla registracija, o čemer so bili nosilci obveščeni. Nosilci so si morali registracijo podaljšati prek novega registrarja (spisek teh je prikazan v Prilogi 1). Novi sistem za registracijo domen od 4. 4. 2005 je vnesel nekaj pomembnih sprememb, ki so prikazane v Tabeli 6.

Tabela 6: Stari in novi sistem registracije pod domeno .si

Do 31.3.2005	Od 4.4.2005
Domeno lahko registrirajo slovenski poslovni subjekti (fizične osebe pa ne).	Domeno lahko registrirajo slovenski poslovni subjekti (fizične osebe pa ne).
Domena mora biti enaka firmi ali blagovni znamki prosilca.	Domena je lahko poljubna, ustrezati mora le sintaktičnim pravilom.
Nosilec upravičenosti do domene dokazuje dokumenti (Sodni register, Urad za IL RS).	Dokumentacija o upravičenosti ni potrebna.
Nosilci registrirajo domeno neposredno pri Arnesu.	Nosilci registrirajo domeno preko pooblaščenih registrarjev (glej Prilogo 1).
Domena je brezplačna.	Domena je plačljiva (glej Prilogo 5).

Vir: Arnesove spletne strani in javno dostopni podatki o najpogostejših vprašanjih, 2007.

Porodi se vprašanje, zakaj domena ni več zastoj, kot je bila do 31. marca 2005. Arnes je javni zavod in pretežno financiran iz proračuna. Do 31. marca 2005 so bili stroški za registracijo domen kriti iz proračuna, kar v Evropi ni ustaljena praksa. Po sprostitvi pravil so zaradi večjega števila registriranih domen narasli tudi ti stroški. Za domeno pod vrhno nacionalno domeno morajo danes plačevati nosilci po vsej Evropi in drugem razvitem svetu (izjema je Hrvaška) (Arnesove spletne strani in javno dostopni podatki o najpogostejših vprašanjih, 2007).

Razlogov, da je prišlo do teh sprememb pri registraciji domen, je več. Pravila, ki so veljala do 31. 3. 2005, so bila precej stroga. Strogost ni nujno slaba, saj so pravila preprečevala morebitne spore zaradi upravičenosti do domene pa tudi spore v povezavi z blagovnimi znamkami. Zaradi pravil domene ni smel registrirati vsak, ki bi si to želel. Zato so nekateri posamezniki izrazili željo po sprostitvi pravil za registracijo domen. Po posvetovanju z drugimi organizacijami in lokalnimi spletnimi skupnostmi so pri Arnesu naposled sklenili, da morajo biti pravila za registracijo domen pod .si liberalnejša. Tako so konec leta 2001 že začeli proces postopnega sproščanja pravil za registracijo domen pod .si (Arnesove spletne strani in javno dostopni podatki o najpogostejših vprašanjih, 2007).

Z novimi pravili za registracijo domen pod .si, ki so jih sprejeli pri Arnesu, so morali obenem vzpostaviti tudi sistem registrarjev. Razlogov za vzpostavitev sistema registrarjev je več. Mednarodna organizacija ICANN je od vseh registrov (ARNES, ACONET - Avstrija), UKERNA - Anglija itd.) generičnih domen (.com, .org, .net itd.) zahtevala, da vzpostavijo sistem registrarjev. Registri so dolžni delovati po stroškovnem načinu, na ravni registrarjev pa se tako vzpostavi tržni način. Zato so pri Arnesu prepričani, da je uvedba sistema registrarjev

smiselna. Tako so 4. aprila 2005 z uvedbo sistema registrarjev formalno uredili odnose. Poudariti gre, da je lahko registrar vsak slovenski poslovni subjekt, ki je nosilec domene pod .si ter ima tehnično znanje in možnost za komunikacijo z Arnesom (dostop do spleta) prek novega sistema. Z Arnesom podpiše pogodbo o sodelovanju za obdobje enega leta, pogodbo lahko podaljša, če v tem letu registrira oziroma podaljša registracijo vsaj stotih domen (Arnesove spletne strani in javno dostopni podatki o najpogostejših vprašanjih, 2007).

2.2.3 Kaj pridobimo z registriranjem domene?

Lastnik s tem pridobi ekskluzivno pravico do razpolaganja z domeno, kar pomeni, da jo lahko »parkira« oziroma usmeri na določen strežnik, ustvari poddomene, kot je bilo prikazano ob primeru univerze (npr. www.mf.uni-lj.si), in določi poštno strežnike. Vse to lahko počne z ustreznim programskim paketom BIND (*Berkeley Internet Name Domain*) in ustreznim znanjem ali pa prepusti zadevo izkušenim gostiteljem domen oziroma ponudnikom spletnega gostovanja. Po preteku registracije imamo na izbiro, da domeno podaljšamo (če se izkaže za uporabno) ali pustimo, da se izteče in postane spet na voljo vesoljnemu svetu. Domeno lahko tudi prenašate med registrarji – to pride v poštev, če se neki registrar izkaže za ugodnejšega in zanesljivejšega. Gre predvsem za njegovo (registrarjevo) sposobnost varovanja baz strank in njegovo vključevanje ter posredovanje ob domenskih sporih (Spletna stran Domenca.com o registriranju domen, 2007).

2.3 Internet, internet protokol in sistem domenskih imen

Da bi lahko vedeli, kako deluje sistem domenskih imen DNS,⁸ moramo najprej spoznati delovanje interneta. Da bi prebrali spletno stran, mora brskalnik najprej vzpostaviti povezavo s spletnim strežnikom, torej z gostiteljskim računalnikom, ki hrani spletno stran. Prvi korak je, da ugotovi, kje se nahaja računalnik z internetnim imenom (npr. www.linuxdoc.org). Lokacija gostiteljevega računalnika je podana z njegovim IP-naslovom.⁹ Brskalnik z imenskim strežnikom ugotovi gostiteljev IP-naslov. Imenski strežniki med seboj komunicirajo ter izmenjujejo in posodablajo vse podatke, potrebne za pretvorbo internetnih imen v naslove IP. Imenski strežnik, na katerega smo naslovili zahtevek za naslov IP-računalnika www.linuxdoc.org, je morda moral zahtevek posredovati najprej trem ali štirim drugim imenskim strežnikom, vendar se to zgodi zelo hitro, navadno prej kot v sekundi. Na koncu imenski strežnik vrne brskalniku podatek, da je številka IP za računalnik www.linuxdoc.org enaka 152.19.254.81. Tako lahko naš računalnik, ki je opremljen s tem podatkom (številko IP), neposredno izmenjuje podatke z računalnikom www.linuxdoc.org (Osnove Unixa in Interneta, 2001).

Sistem domenskih imen je celotno omrežje programov in zbirk podatkov, ki sodelujejo pri pretvarjanju internetnih imen računalnikov v naslove IP. Internetna imena računalnikov sestavljajo besede, ločene s pikami. Domena pa je skupina računalnikov, ki si delijo pripono internetnega imena. Domene so lahko del štirih domen. Tako je računalnik

⁸DNS – angl. *Domain name system*. Sistem domenskih imen.

⁹IP – angl. *Internet protocol*. Internetni protokol oziroma številke internetnih protokolov.

www.linuxdoc.org, sestavljen iz vrhnje domene .org in sekundarne domene .linuxdoc (Osnove Unixa in Interneta, 2001).

Sam sistem domenskih imen je drevesno urejen. Povsem pri vrhu so korenski strežniki. Ti poznajo naslove imenskih strežnikov za vrhnje domene kot denimo .com, .org ali .si, ne pa naslovov vseh računalnikov v teh domenah. Imenski strežniki za vrhnje domene pa poznajo naslove imenskih strežnikov za domene neposredno pod njimi in tako naprej. Sistem domenskih imen je bil zasnovan z zamislijo, da minimiziramo količino podatkov o obliki drevesa, ki ga mora poznati vsak računalnik v omrežju¹⁰

Večinoma pa tako dolga pot ni potrebna. Ko je imenski strežnik enkrat izvedel naslov, nekaj časa lokalno hrani tabelo preslikav med internetnimi imeni in naslovi IP, in naslov ob naslednjih poizvedbah postreže kar iz lokalne tabele. Imenski strežnik zbranih tabel ne hrani za vse večne čase, ampak imajo podatki omejen rok trajanja. Ko ta preteče, mora strežnik spet opraviti celotno pot poizvedbe. To je pomembno zato, da imenski strežnik ne hrani napačnih podatkov za naslove, ki so se medtem morda že spremenili. Naslov je takoj izvržen iz tabele tudi takrat, ko je računalnik na tem naslovu nedosegljiv (Osnove Unixa in Interneta, 2001).

3 SKRBNIKI DOMENSKIH IMEN IN NJIHOVI POSTOPKI

Uradi, ki skrbijo za intelektualno lastnino, se razlikujejo med državami, vendar osnova ostaja enaka, saj vsi temeljijo na Bernski in Pariški konvenciji ter sporazumu TRIPS. To poglavje se osredotoča predvsem na Urad RS za intelektualno lastnino ter z njim povezan Arnes. Na mednarodni ravni bomo obravnavali Internetno organizacijo za določevanje imen in števil (ICANN¹¹) in Resolucijo za reševanje domenskih sporov (UDRP¹²).

3.1 Urad Republike Slovenije za intelektualno lastnino

Urad RS za intelektualno lastnino je bil ustanovljen 25. junija 1991 kot Urad RS za varstvo industrijske lastnine v sestavi Ministrstva za znanost in tehnologijo. Leta 1992 je Slovenija notificirala več konvencij, katerih članica je bila nekdanja Jugoslavija, in sicer Konvencijo o ustanovitvi Svetovne organizacije za intelektualno lastnino, Pariško konvencijo za varstvo industrijske lastnine, Bernsko konvencijo za varstvo književnih in umetniških del, Madridski aranžma o mednarodnem registriranju znamk, Locarnski aranžma o ustanovitvi mednarodne klasifikacije za industrijske vzorce in modele, Svetovno konvencijo o avtorski pravici,

¹⁰Trend decentralizacije interneta je vsekakor pripomogel k večji učinkovitosti, varnosti in hitrosti prenosa podatkov. Jasno pa je, da je potrebno neko osnovno upravljanje z njim. Še tako kaotičen sistem potrebuje skupne vzvode, ki vplivajo nanj. V tem primeru za to skrbi mednarodna organizacija ICANN, ki upravlja s sistemom domenskih imen. Zato so se na Vrhu OZN za informacijsko družbo v Ženevi ICANN-u postavile po robu nekatere države v razvoju, zlasti azijske, afriške in arabske. ICANN je namreč pod nadzorom ameriškega ministrstva za trgovino. Grobo rečeno, na tem področju je prisoten monopolizem ZDA. Omenjene države monopolizma ZDA namreč niso več pripravljene priznavati. Zanimivo je, da se je Evropska unija pri tem zadržala, saj je ICANN dobil svojo evropsko pisarno, s čimer ima EU seveda večje pristojnosti na področju upravljanja z DNS in posledično s spletnimi domenami.

¹¹ICANN – angl. *Internet Corporation for Assigned Names and Numbers*. Internetna korporacija za dodeljevanje internetnih števil.

¹²UDRP – angl. *Uniform Dispute Resolution Policy*. Enotni postopek za reševanje sporov.

Konvencijo o razdelitvi signalov za prenos programov po satelitu in Nicejski aranžma o mednarodni klasifikaciji proizvodov in storitev zaradi registracije znamk.

Julija 1993 sta bila podpisana dva sporazuma med slovensko vlado in Evropsko patentno organizacijo: Sporazum o sodelovanju na področju patentov in Sporazum o izvajanju tretjega odstavka 3. člena Sporazuma o sodelovanju na področju patentov. Slednji, bolj znan kot »razširitveni sporazum«, ker je omogočil razširitev veljavnosti evropskih patentov na Slovenijo, je bil prvi sporazum te vrste in se je pozneje uveljavil kot splošno veljavni model povezave Evropske patentne organizacije z državami, ki niso njene članice. Decembra 1994 je začel veljati zakon o organizaciji in delovnem področju ministrstev, s katerim so bile uradu dodeljene tudi pristojnosti na področju avtorskih in sorodnih pravic. To je bil tudi razlog za preimenovanje urada v Urad RS za intelektualno lastnino.

Leta 2004 sta bila spremenjena zakon o industrijski lastnini in zakon o avtorski in sorodnih pravicah. Zaradi vstopa v Evropsko unijo je prenehal veljati zakon o carinskih ukrepih pri kršitvah pravic intelektualne lastnine, carinski organi pa so začeli izvajati ukrepe, določene z evropskimi predpisi in zakonom o izvajanju carinskih predpisov Evropske skupnosti. Spremenjen in dopolnjen je bil tudi Kazenski zakonik Republike Slovenije, med drugim pri kaznivih dejanjih v zvezi s kršitvami pravic intelektualne lastnine. Februarja 2006 je urad začel izdajati svoje uradno glasilo Bilten za industrijsko lastnino (BIL) tudi v elektronski obliki in je odtlej vsem brezplačno na voljo na spletni strani urada (Spletne strani in javno dostopni podatki o zgodovini urada Republike Slovenije za intelektualno lastnino, 2007).

3.2 Akademska in raziskovalna mreža Slovenije (ARNES)

Z razvojem urada RS za intelektualno lastnino se je razvijal tudi javni zavod Arnes. Ustanovljen je bil z namenom, da poskrbi za načrtovanje, organiziranje in upravljanje računalniških povezav med organizacijami s področja raziskovanja, razvoja, izobraževanja in kulture, za povezovanje v izobraževalna in raziskovalna omrežja v drugih državah in s tem posredno tudi v svetovni internet. Arnes je bil ustanovljen leta 1992 po vzoru akademskih in raziskovalnih mrež v drugih državah.

Za vse akademske in raziskovalne mreže po svetu je značilno, da so v državni lasti, da jih torej nadzoruje in financira država. V nekaterih primerih je to neposredno (kot pri nas), v drugih pa (deloma) posredno. Primera, kjer to organizacijo neposredno financira in upravlja država, sta npr. ACONET, UKERNA itd. Prevladujoč model je, da država neposredno financira denimo polovico stroškov, drugo polovico pa plačujejo univerze in druge priključene organizacije, kar je posredno spet državno financiranje, saj so priključene organizacije tudi same proračunsko financirane (Spletne strani in javno dostopni podatki o delovanju Arnesa, 2007).

Večino prometa po Arnesovem omrežju ustvarijo prav raziskovalne in izobraževalne organizacije, ki se povezujejo na Arnes prek najetih povezav, le manjši del prometa je posledica dostopov prek analognega in digitalnega telefonskega omrežja. Prek telefonskega

omrežja dostopajo v glavnem učitelji, profesorji, učenci in dijaki. Ker dostopajo zvečer, je strošek za nudenje dostopa minimalen.

V Tabeli 7 podajam statistične podatke o vrsti uporabnikov Arnes omrežja.

Tabela 7: Pregled vseh uporabnikov Arnes omrežja po količini prometa, ki ga ustvarijo

Univerze	41 %
Srednje in osnovne šole	23 %
Inštituti in razvojni oddelki	21 %
Drugo izobraževanje	5 %
Knjižnice, arhivi in muzeji	4 %
Državna uprava	4 %
Drugo	2 %

Vir: Spletne strani in javno dostopni podatki o delovanju Arnesa, 2007.

V Tabeli 8 so navedene dejavnosti, ki jih danes opravlja Arnes kot javni zavod:

Tabela 8: Dejavnosti, ki jih opravlja javni zavod Arnes

Zagotavljanje povezljivosti
Priključevanje novih uporabnikov
Pomoč uporabnikom
Razvojne aktivnosti
Izobraževanje in promocija

Vir: Spletne strani in javno dostopni podatki o delovanju Arnesa, 2007.

Prav tako pa javni zavod Arnes nudi tudi naslednje storitve (Tabela 9):

Tabela 9: Storitve, ki jih opravlja javni zavod Arnes

Elektronska pošta
Elektronski imenik
Prenos datotek med računalniki
Dostop do oddaljenih računalnikov
Elektronske konference
Multimedijske storitve
Dostop do podatkovnih baz po celem svetu
Vključitev lastnih podatkovnih baz v svetovno omrežje

Vir: Spletne strani in javno dostopni podatki o delovanju Arnesa, 2007.

Da pa lahko Arnes zagotavlja te storitve, mora upravljati tudi domenski in naslovni prostor, vzdrževati domenski strežnik in opravljati druge storitve, ki jih uporabnik neposredno ne vidi.

Prav tako pri vzpostavljanju povezav svetuje in pomaga pri reševanju problemov. Dandanes vedno bolj pridobiva na veljavi Arnesova usklajevalska vloga pri varnostnih incidentih na omrežju. Postopki registracije pod vrhno domeno za Slovenijo (.si) so bili določani in izvajani v okviru Arnesa od leta 1992. Pogosto so bili deležni kritike številnih uporabnikov po Sloveniji. Vzroki so bili različni. Predvsem je šlo za toge in stroge pogoje registracije v primerjavi z drugimi podobnimi ustanovami po Evropi.

Arnes večkrat vsiljuje svoja pravila, ki pa registracijo podaljšujejo.¹³ Nekaterih projektov in ustanov, ki niso bila vpisana v sodni register, stranke sploh niso smele registrirati. Šele ko so omogočili registracijo blagovnih znamk, so dosegli nekaj sprostitev pravil. S 4. 4. 2005, ko so začela veljati nova pravila registracije s pomočjo registrarjev, so se pojavile nove težave, predvsem v zvezi s pravicami intelektualne lastnine. Na prvi pogled gre za liberalizacijo, ki pa nima le pozitivnih učinkov. Registracija je sedaj plačljiva ter potrebna sprotnega podaljševanja, čeprav je javni zavod Arnes financiran iz proračuna RS.

3.2.1 Alternativno reševanje domenskih sporov (ARDS)

Arnes je v sodelovanju s pravnimi strokovnjaki razvil postopek za alternativno reševanje domenskih sporov (ARDS). Pri tem gre omeniti, da imajo v ZDA podoben postopek, le da je ta bolj znan pod kratico UDRP. K postopku ARDS so zavezani vsi nosilci, registrarji in tudi Arnes kot register. Postopek je hiter in poceni način reševanja domenskih sporov, pri čemer ne izključuje možnosti reševanja sporov prek sodnih postopkov (Arnesove spletne strani in javno dostopni podatki o najpogostejših vprašanjih, 2007).

Za sprožitev postopka ARDS morajo biti izpolnjeni trije pogoji (Spletne strani in javno dostopni podatki na Arnesu, 2007):

- **domena mora biti enaka ali zamenljivo podobna znamki,**
- **nosilec domene nima pravice do te domene,**
- **domena se uporablja v slabi veri.**

Pri sprožitvi postopka ARDS se morata pritožnik in nosilec držati predpisanih postopkov, obrazcev in rokov. Postopek je podan v Prilogi 6. Stroške vloge skoraj vselej nosi pritožnik, torej tisti, ki sproži postopek. Tako mora pritožnik hkrati z vloženo pritožbo plačati stroške na Arnesov transakcijski račun. Višina stroškov je odvisna od števila spornih domen, na katere se nanaša pritožba. V Tabeli 10 na naslednji strani prikazujem višino stroškov pri vloženi pritožbi pritožnika.

Že plačane pristojbine se največkrat ne vračajo. Obstajajo pa tudi primeri, ko se te vrnejo: (1) če sta stranki sklenili poravnavo, razsodnik oziroma senat pa še ni bil imenovan, se vsaki stranki vrne 75 % pristojbine, ki jo je plačala stranka; (2) če je pritožnik umaknil pritožbo, se nosilcu vrne vsa pristojbina, ki jo je plačal, razen če je bil senat že izbran; (3) če pritožnik ni v

¹³Pri registraciji domene za društvo je ARNES denimo zahteval poleg imena društva v domeni dodajanje besedice »društvo«, kar ime domene le podaljšuje. Domena pa vsekakor ne sme presežati določeno število znakov, če želimo, da si jo uporabniki zapomnijo.

roku ustrezno popravil ali dopolnil nepopolne pritožbe, se mu vrne 70 % plačane pristojbine (Arnesove spletne strani in javno dostopni podatki o najpogostejših vprašanjih, 2007).

Tabela 10: Višina stroškov pri vloženi pritožbi pritožnika

	Ena domena	Od dve do pet domen	Od šest do deset domen
Pristojbina, če odloča razsodnik posameznik	667,67 EUR	1.126,69 EUR	2.003,00 EUR
Dodatek za odločanje v senatu	667,67 EUR	1.126,69 EUR	2.003,00 EUR

Vir: Arnesove spletne strani in javno dostopni podatki o najpogostejših vprašanjih, 2007.

V Prilogi 7 prikazujem povprečno število domenskih imen skozi leta na posamezen primer domenskega spora. Podatki sicer obsegajo primere sporov, nad katerimi sloni organizacija WIPO, torej gre za mednarodne primere in ne za primere sporov na slovenskih tleh.

3.3 Internetna organizacija za določevanje imen in številčk (ICANN)

ICANN (angl. *Internet Corporation for Assigned Names and Numbers*) je mednarodno organizirana korporacija, ustanovljena v ZDA, in je usmerjena nedobičkonosno. Korporacija je odgovorna za svetovno usklajevanje internetnega sistema. To pomeni, da skrbi za internetne protokole (Spletne strani in javno dostopni podatki organizacije ICANN, 2007):

- IP (angl. *Internet Protocol*) – številke internetnih protokolov,
- g TLD (angl. *Generic Top-Level Domain*) – generične vrhnje domene,
- cc TLD (angl. *Country Code Top Level Domain*) – državne vrhnje domene,
- izvorni strežnik systemskega organiziranja (angl. *Root server system management*).

Storitve korporacije ICANN nadzoruje ameriška vlada, ki ima sklenjeno pogodbo z organizacijo IANA (angl. *Internet Assigned Numbers Authority*), ki skrbi za številke internetnih protokolov. Organizacija ICANN posveča največ pozornosti ohranjanju stabilnosti delovanja interneta, spodbujanju konkurenčnosti in razvijanju politike, primerne nalogam organizacije ICANN. Organizacija je odgovorna za usklajevanje in vodenje tehničnih elementov sistema DNS, s katerim zagotovi, da vsi uporabniki interneta najdejo želene in obstoječe naslove (Spletne strani in javno dostopni podatki organizacije ICANN, 2007).

Razlika med usklajevanjem in regulacijo se najbolje vidi ob primeru radia. Države ne usklajujejo le uporabe valovnih dolžin, temveč z dodajanjem pogojev in standardov uravnavajo tudi to industrijo. Radijski spekter upravljajo in nadzirajo z licencami, ki jih izdajajo vladne regulatorske agencije. Pri ICANN-u je regulacija upravljanja in struktura trga vsiljena regulatorjem imen prek pogodb z administratorjem root-a. Razlika je očitna in ni dvoma, zakaj ICANN zase trdi, da je nekaj novega v ekosistemu ustanov. Ni pa res, kot trdijo, da je nova boljša oblika globalnih političnih odločitev, ker je preprosto samoregulatorni mednarodni režim za upravljanje z viri. Njegova edinstvenost je v tem, da ima neformalen

značaj in megle ni pravni status, ker je križanec med državno regulacijo in zasebnim delovanjem. Prejšnje mednarodne ustanove so bile meddržavne pogodbe, ICANN pa to ni, prav tako ni zaseben, mednaroden in samovladajoč, kakor se prikazuje (Internetna vladavina in ukrotitev kiberprostora, 2007).

Znotraj strukture organizacije ICANN sodelujejo tako vladne kot mednarodne organizacije vzajemno z drugimi podjetji in izkušenimi posamezniki. Tako vsi skupaj sodelujejo pri izgradnji svetovnega interneta. Inoviranja, vzajemna delovanja in neprestana rast interneta so pripomogli k ohranjanju stabilnosti interneta kot celote. Tako oblikovana organizacija omogoča hitre odgovore na nenehne tehnološke spremembe. Vsekakor pa ne smem pozabiti na dosežke organizacije ICANN. Ustvarila je namreč konkurenčen trg za združevanje generičnih vrhnjih domen (g TLD), kar je pripomoglo k znižanju stroškov domenskih imen za 80 %. S tem so tako porabniki kot podjetja privarčevali pri prispevkih za registracijo domen več kot bilijon ameriških dolarjev na letni ravni (Spletne strani in javno dostopni podatki organizacije ICANN, 2007).

Dosežek organizacije ICANN je viden tudi pri uvedbi resolucije za reševanje sporov v zvezi z domenami (UDRP). S to resolucijo so doslej rešili že več kot 10.000 sporov glede pravic pri domenah. Resolucija UDRP je bila oblikovana tako, da je pri reševanju domenskih sporov stroškovno učinkovita in uspešna. Mednarodno delovanje je organizaciji ICANN omogočilo uvesti mednarodno oblikovanje domenskih imen (IDN – angl. *Internationalized Domain Names*). Tako lahko uporabniki registrirajo domene v skoraj vseh svetovnih jezikih (Spletne strani in javno dostopni podatki organizacije ICANN, 2007).

3.3.1 Resolucija za reševanje domenskih sporov (UDRP)

Resolucija UDRP je začela veljati 1. decembra 1999. Po uveljavitvi je UDRP postala glavno orodje za boj proti zlorabi pri registriranju imenskih domen. Od vpeljave resolucije do konca leta 2002 so rešili več kot 7000 primerov v zvezi z zlorabami generičnih vrhnjih domen (Dispute settlement, 2003).

Da je omenjena resolucija zelo pomembna, pričajo tudi statistični podatki. V letu 2005 je bilo prijavljenih 1456 primerov sporov spletnih domen. Samo do junija leta 2006 jih je WIPO prejela 616. Trend rasti nakazuje vse več sporov tudi v naslednjih letih, vsaj v nekaterih razvitih delih sveta (glej Prilogo 12). Vodja storitev UDRP, Erik Wilbers, pravi, da se je število primerov s treh primerov na dan v letu 2003 povečalo na pet dnevno v letu 2005; torej 66-odstotno zvišanje domenskih sporov v dveh letih. Med temi spori se sorazmerno zvišuje število tistih, ki so povezani z državnimi vrhnjimi domenami (WIPO nadzira 47 ccTLD), med temi najbolj izstopajo domene .tv, .ch, .fr, in .nl. V splošnem so seveda najpogostejši tisti spori, ki zadevajo generično vrhno domeno .com (Nurton, 2006, str. 1).

Resolucija UDRP je prinesla zaščitnikom domen veliko olajšanja, saj so bili pred njeno uveljavitvijo pogosto tarča kraje domen. Za uveljavitev postopka UDRP je potreben

kumulativen nastop naslednjih treh dejavnikov, ki jih mora dokazati tožnik (Dispute settlement, 2003):¹⁴

- **domena je enaka ali zavajajoče podobna registrirani blagovni znamki, do katere ima tožnik pravico,**
- **toženec nima nobenih pravic ali legitimnih upravičenj do tega domenskega imena,**
- **domena je bila registrirana in uporabljena v slabi veri.**

Poleg tega UDRP omogoča toženi stranki sklicevanje na oprostilne dejavnike, s katerimi lahko doseže lastne legitimne pravice ali upravičenja do spornega domenskega imena. S tem naj bi se preprečilo vzvratno ugrabljanje domenskih imen, na katerega bi lahko računale močnejše stranke v sporu proti avtorjem parodij ali utemeljenih kritik. Postopek lahko poteka prek interneta, razen če sta stranki to izrecno izključili (Dispute settlement, 2003).

Poznamo tri skupine sporov domenskih imen z blagovnimi znamkami (Tabela 11).

Tabela 11: Skupine sporov domenskih imen z blagovnimi znamkami

Kolizija legitimnih upravičenj: UDRP se ne ukvarja s spori, ko ima dve ali več oseb enako ali podobno znamko, do katere so upravičeni.

Špekulacija z domenskimi imeni. To je t. i. *cybersquatting*, kjer neka oseba registrira domeno zaradi nadaljnje prodaje bodisi upravičeni bodisi neupravičeni osebi.

O zlorabi tujega imena govorimo ob registraciji tujega imena z namenom neupravičenega zaslužka z njegovo ekonomsko vrednostjo ali z namenom prikazovanja napačnih dejstev o imetniku tega imena (žalitev).

Vir: Dispute settlement, 2003.

Nikakor pa ne smemo pozabiti prednosti, ki jih ima UDRP pred običajnimi sodišči. Glavna prednost resolucije UDRP je v zagotavljanju hitrejšega in cenejšega reševanja sporov glede registriranja in uporabe spletnih domen. Sam postopek reševanja sporov je manj uraden in ljudje, ki sprejemajo glavne odločitve v zvezi s spori, so strokovnjaki prav s področja zakonov o zaščitah znamk domen, elektronskega trgovanja in interneta.

V praksi se je pokazalo, da z resolucijo UDRP za rešitev sporov glede domen ne potrebujemo več kot dva meseca. Uvedba UDRP je prinesla še eno prednost. Resolucija UDRP je v nasprotju z navadnimi sodišči, ki pri običajnih postopkih porabijo veliko časa, omogočila, da je o zadevi obveščen le registrar, od katerega se pozneje zahteva, da uvede sprejete rešitve.

¹⁴Tu lahko opazimo podobnost slovenskega postopka ADRS z mednarodnim UDRP.

4 PRIMERI SPOROV IN NJIHOVO REŠEVANJE

Domenski spori lahko nastopijo iz več razlogov. Internet se vztrajno širi; vsakih nekaj sekund se registrira nova domena. Zavedati se je treba nujnosti čimprejšnje registracije domen. Kraje še ne registriranih domen so namreč zelo pogoste. Tako lahko nekdo registrira domeno z našim imenom, da bi nas na internetu onemogočil. Pogosti so tudi primeri, ko posamezniki registrirajo domene, ki jih nato podjetjem prodajajo po večkratni ceni začetne registracije.

Poleg zgoraj navedenih kraj poznamo tudi krajo, kjer preračunljivi registratorji pri iskanju hitrega zaslužka preprodajo domene svojih strank ali nepridipravi vdrejo v njihovo bazo in si prilastijo domene. Zato je izjemnega pomena, da nam registrator lahko ponudi izjemno varnost in ima dolgoletne izkušnje, ob težavah pa osebno odgovornost in podporo pri njihovem reševanju. Izkušen registrator ob težavah tvega svoje ime in s tem množico strank, zato se bo za varnost naše domene po potrebi tudi zavzel (Spletne strani in javno dostopni podatki Slonic, 2007).

Hitro reševanje sporov po zgledu UDRP opravlja več organizacij. Prva se je s tem začela ukvarjati seveda WIPO, sledile so ji Asian Domain Name Dispute Resolution Center (ADNDRC), National Arbitration Forum (NAF), Institute for Dispute Resolution (CPR) in druge. V Sloveniji to vlogo opravlja Arnesovo razsodišče s postopkom ARDS.

Pri tem gre poudariti, da morajo vloge pritožnikov zadostiti vsem trem pogojem, ki jih določajo različne resolucije za reševanje sporov (tako UDRP kot ARDS), da je pritožba odobrena. V nadaljevanju so obravnavani pojem mediacije, arbitražni postopek v okviru postopkov UDRP in ARDS, podan je tudi primer razsodbe, ki se je obravnavala v okviru kitajskega razsodišča.

4.1 Mediacija

Mediacija je postopek mirnega reševanja sporov, pri katerem sprte strani ob pomoči strokovnjaka (mediatorja) iščejo rešitev spora, ki v najboljši meri upošteva interese vseh in s katero so vsi zadovoljni. Izkušnje kažejo, da so takšne rešitve trajne, pri čemer se sklenjeni dogovori največkrat ne spreminjajo. Pri tem mediator pomaga vsakomur, ki ima kakršen koli spor z drugo osebo in je pripravljen ta spor v sodelovanju z njo razrešiti. Pri tem mora biti osebam v sporu v interesu predvsem ugodna rešitev spora in ne potreba, da bi v sporu zmagali, drugo osebo pa prizadeli in razvrednotili (Mediacija, 2007).

Mediator je strokovnjak, ki je usposobljen za nepristransko posredovanje med partnerji v sporu. Mediator ne zastopa interesov udeležencev v postopku, temveč skrbi za to, da udeleženci v sporu prepoznajo svoje interese in jih na pošten način uveljavljajo. Naloga mediatorja je vodenje procesa mediacije in ustvarjanja razmer, v katerih lahko partnerji v sporu poiščejo pošteno in sprejemljivo rešitev. Sam spor pa mediator rešuje s prisotnostjo partnerjev s sporu. Mediator pripomore k temu, da vsak udeleženec v sporu razkrije svoje interese in jih poskuša na pošten način uveljaviti (Mediacija, 2007).

Mediator prav tako pripomore k temu, da vsak udeleženec v sporu prepozna svoj in partnerjev položaj ter na podlagi tega uvidi, kakšno je dejansko stanje. Tako skupaj s partnerjem poiščejo pošteno rešitev spora. Pri tem mediator vodi celoten postopek in poskrbi, da nihče v postopku ni oškodovan.

Prednost mediacijskega postopka je v tem, da lahko na istem mestu (pri mediatorju) sočasno in v medsebojni soodvisnosti rešimo vsa sporna vprašanja. Sklenjeni dogovori se po končanem postopku zapišejo v primerni pravni obliki, ki zagotovi njihovo izvedljivost. Druge strokovnjake (odvetnike, izvedence, cenilce) vključimo v mediacijo le po potrebi in ob soglasju vseh udeležencev v postopku.

V primeru neuspešne mediacije lahko na sodišču sprožimo postopek za zavarovanje svojih pravic. Na sodišču je treba vložiti tožbo ali kakšno drugo primerno pravno sredstvo. Izkušnje pa kažejo, da je mediacija zelo uspešen način reševanja sporov. Izkazalo se je, da bil dosežen dogovor v sporni zadevi med 70 in 85 % vseh primerov, ki so bili vključeni v mediacijo. Od tega je bilo približno 95 % udeležencev v mediacijskem procesu zadovoljnih z rešitvijo spora. Mediacija je v primerjavi z običajnimi sodišči stroškovno učinkovitejša in hitrejša pot reševanja sporov (Mediacija, 2007).

Če pa se vpleteni stranki ne razideta sporazumno, imata na voljo reševanje spora pred arbitražo. Kot rečeno, bomo v nadaljevanju opisali nekaj primerov razsodb slovenskih (Arnesov ADRS) in tujih (WIPO in DNRC) sporov. Pred tem pa je na kratko predstavljen pojem arbitraže.

4.2 Arbitraža

Eden od pomembnejših dejavnikov dobre storitve je tudi dejanska uresničitev obljubljenih ali pričakovanih izpolnitve storitve. Ker vnaprej vseh možnih položajev ni mogoče predvideti, se lahko pričakovanja, ne glede na samo voljo strank, razhajajo. V takšnih primerih med strankami prihaja do manjših ali večjih nesoglasij, ki jih je treba ustrezno rešiti. V vsakodnevem življenju in v poslovni praksi se uveljavljajo manj formalni postopki reševanja sporov, ki so v primerjavi z delom sodišč veliko hitrejši in manj formalni. Med temi postopki ima pomembno mesto arbitraža (glej Prilogo 7).

»Arbitraža je telo, institucija nedržavnega značaja, ki jo sestavlja ena ali več oseb, kateri stranki prostovoljno in sporazumno zaupata dokončno reševanje premoženjskopravnega spora(ov)« (Pivka, Puharič, 1999, str.179).

Arbitraža je popolnoma samostojna in neodvisna, pravtako pa je stroškovno učinkovita. Organizacija WIPO po posvetu s strankami in arbitri zagotovi, da so vsa plačila primerna in uravnotežena glede na okoliščine spora. Stroški arbitraže so tako odvisni od več dejavnikov, med katerimi sta tudi vrednost in težavnost spora. Pri tem je treba omeniti, da je arbitražni postopek običajno hitrejši od sodnega postopka, stranke pa si same izberejo arbitre s stalne liste arbitrov. Prav mirno reševanje sporov je pravna vrednota arbitraže.

Arbitraža ima predsedstvo arbitraže, predsednika in namestnika predsednika arbitraže, tajnika arbitraže in arbitre, ki so imenovani na stalno listo arbitrov. Stalno listo arbitrov določi sama organizacija WIPO. V konkretnih zadevah odločajo arbitražni senati. Stranki v sporu imenujeta vsaka po enega arbitra z liste arbitrov, predsednika arbitražnega senata pa določi predsednik arbitraže.

Možnost uporabe arbitražnega postopka nastane, ko se stranki ne uspeeta dogovoriti o poravnavi in zaključku postopka v zvezi s škodnim dogodkom. Arbitražni postopek je enostopenjski ter se začne s tožbo in odgovorom na tožbo, nadaljuje pa se z vodenjem dokaznega postopka na ustnih obravnavah in konča z izdajo arbitražne odločitve. Odločitev arbitraže je dokončna in pravnomočna, tako da se zoper njo ni mogoče pritožiti. Možnost sodne poti je tako omejena in je možna le v primeru tožbe na razveljavitev arbitražne odločitve (Stalna arbitraža pri GZS, 2007).

4.2.1 Primer 1: BNP Paribas vs. Simon Sheppard

V primeru BNP Paribas, Paris in Simon Sheppard, Yorkshire, UK, gre za domenski spor glede domene **bnp.net**, registrirane pri registrarju Go Daddy Software. Pritožba je bila vložena 24. januarja 2007 na WIPO Arbitration and Mediation Center, seveda v okviru UDRP. Naslednji dan je bila pritožba posredovana registrarju Go Daddy Software, ki je istega dne Centru posredoval podatke nosilca domene, da je razsodišče lahko prišlo v stik z omenjenim nosilcem sporne domene. Odgovor nosilca je sledil 20. februarja 2007.

Pritožnik BNP Paribas s sedežem v Parizu je ena največjih bančnih mrež v svetovnem merilu. V letu 1997 so kot eno glavnih svojih bančnih storitev zagnali BNP NET. Pritožnik je lastnik več blagovnih znamk BNP in BNP Paribas po svetu, tudi v Veliki Britaniji, torej tam, kjer živi nosilec sporne domene. Pritožnik je lastnik znamke BNP v Franciji, poleg tega še v Avstriji, Azerbajdžanu, BiH, Bolgariji, državah Beneluksa, Belorusiji, Švici, Češki, Alžiriji, Egiptu, Španiji, Hrvaški, Italiji, Kazahstanu, Litvi, Latviji, Maroku, Monaku, Makedoniji, na Portugalskem, v Romuniji, Rusiji, Sloveniji, Slovaški, Tuniziji, Ukrajini, Uzbekistanu, Vietnamu, Veliki Britaniji in Srbiji.

Leta 2003 je nosilec sporne domene omenjeno domeno registriral in preusmeril cilj bnp.net na stran heretical.com, kjer je nosilec objavljala razne članke, slike in drugo gradivo na temo antisemitizma in rasizma ter ostre kritike takratnega vodstva britanske nacionalne stranke (BNP). Nosilec domene je namreč član te stranke že od leta 1999. V marcu 2005 je pritožnik pisno zaprosil za prenos sporne domene, vendar od nosilca ni prejel odgovora. Le-ta je sicer v oktobru leta 2006 na strani www.heretical.com odprl povezavo do strani www.bnpparibas.com, vendar prenosa ni želel izvesti.

V postopku pritožnik navaja tudi, da opravlja storitve v več kot 85 državah sveta in ima približno 138.000 zaposlenih, od tega 51.000 v Evropi. Poleg tega ponovno poudarja lastništvo znamk BNP Paribas in domene bnp.info, registrirane leta 2001. Zatrjuje, da je sporna domena zamenljivo podobna njihovim registriranim znamkam, da nosilec domene

nima legitimnega interesa na sporni domeni, ker niti ni več član te stranke in ga omenjena stranka ni pooblastila.

Pritožnik nazadnje poudarja, da je nosilec registriral sporno domeno v slabi veri, ker je za pritožnikovo dejavnost vedel, kot dokaz slabe vere navaja tudi tematiko spletne strani heretical.com, ki je povezana z domeno bnp.net in razpolaga s sporno vsebino. S tem je zavajal javnost, da sta omenjena organizacija in podjetje povezani. Slednje povzroča zmedo in omadežuje ugled zelo znane družbe BNP Paribas.

Nosilec se zagovarja, da lahko začetnice »BNP« v praksi označujejo vrsto znanih in neznanih organizacij ter da s tem ne krši njihovih pravic. Poleg tega pravi, da je v Veliki Britaniji prizvok kratice »BNP« v javnosti vsekakor povezano z Britansko nacionalno stranko, ki jo uporablja že od leta 1940. Poudarja, da omenjeno domeno uporablja zgolj v britanskem kontekstu ter da je v stranki aktiven že od leta 1996 in ne od 1999, kot je uradno navedeno.

Kritike na omenjenih spletnih straneh po njegovem mnenju vsekakor ne nakazujejo uporabe v slabi veri, saj je njegova kritika vodilnih v stranki dobrodošla, poleg tega povezuje njegove somišljenike, torej tiste, ki se z vodstvom stranke ne strinjajo. Dodaja tudi, da na spornih spletnih straneh ni komercialnih oglasov ali drugega dobičkonosnega propagandnega gradiva. Prav tako nima nobene zveze s finančnimi zadevami in ne posega v dejavnost pritožnika ter verjetno le redko zavaja.

Povezava do pritožnikove spletne strani www.bnpparibas.com je po mnenju nosilca domene narejena zgolj zaradi dobre volje oskrbnika strani oziroma nosilca domene, saj je prejemal pritožnikova pisma. Sporne domene pa ni nameraval prodati pritožniku. Ta dejstva so po mnenju nosilca sporne domene dovolj, da nakazujejo uporabo v dobri veri. Obtoženec zahteva zavrnitev pritožbe, saj gre očitno za vzvratno ugrabljanje domenskega imena, na katerega je računala močnejša stranka v sporu, torej družba BNP Paribas.

Na podlagi dokazov je rzsodišče odločilo v prid obtoženca, saj pritožniku ni uspelo dokazati registracije ali uporabe domene v slabi veri. Pritožba podjetja BNP Paribas je bila zavrnjena. (WIPO primer domenskega spora BNP Paribas, 2007)

4.2.2 Primer 2: Rolls-Royce Motor Cars Ltd. vs. Maria Stephen

V primeru spora med podjetjem Rolls-Royce Motor Cars Ltd. in Mario Stephen iz Indiane, ZDA, smo priča sporu med več domenskimi imeni, in sicer **rollsroycepromo.net**, **rollsroycepromotions.com** in **rollsroycepromotions.org**. Prvi dve domeni sta bili registrirani pri družbi Melbourne IT trading as Internet Names Worldwide, tretja pa pri eNom.

Pritožnik (podjetje Rolls-Royce Motor Cars Ltd.) se je pritožil glede zgornjih spornih domenskih imen, ki jih je obtoženec (Maria Stephen) registriral pri družbah Melbourne IT trading as Internet Names Worldwide in pri eNom. Pritožbeni postopek se je začel za domeni rollsroycepromo.net in rollsroycepromotions.com 3. februarja 2006, ko je pritožnik vložil

pritožbo na WIPO Arbitration and Mediation Center. Za domeno rollsroycepromotions.org. pa se je arbitražni postopek začel 14. februarja 2006 z vložitvijo pritožbenega postopka prav tako na WIPO Arbitration and Mediation Center.

Pritožnik je registriral zaščitno znamko ROLLS-ROYCE v Veliki Britaniji že leta 1907, leta 1935 pa jo je registriral tudi v ZDA. Obtoženec je v obdobju med 23. avgustom in 1. septembrom leta 2005 registriral domenska imena. Pritožnik je zahteval, da se vse pravice v zvezi z zgoraj navedenimi spletnimi domenami prenesejo nanj (na pritožnika).

Leta 2005 je pritožnik objavil, da je bilo z različnih elektronskih poštних naslov poslanih veliko goljufij in nepošteno elektronske pošte. V teh elektronskih pismih so bili navedeni celo pritožnikovi naslovi, pri čemer niso bili potrjeni s strani pritožnika. Ker se je to neprestano dogajalo, so naposled preverili podatke o registrarju spletnih domen. Pri tem so opazili, da so bili naslovi in podatki pri tovrstnih registracijah izmišljeni.

Med drugim je v javnost pricurjajala vest, da elektronski poštni naslov mariastephen@rollsroycepromotions.com namerno zavaja ljudi. Z vsebino te pošte so promovirali nagradno igro za 1.000.000 funtov; če so prejemniki te pošte želeli znesek unovčiti, so morali poslati svoje osebne podatke in plačati honorar, da bi jim lahko nakazali denar. Z nasedanjem tem prevaram so se nekateri ljudje izpostavili velikemu tveganju za zlorabo njihovih osebnih podatkov (kraja identitete).

Navedeno je pritožnik podkrepil z dejstvom, da so vse tri spletne domene, ki so zelo podobne zaščitni znamki Rolls-Royce, povzročile veliko zmede in škodujejo ugledu blagovne znamke Rolls-Royce. Pri tem so navedli tudi besedi »promo« in »promotions«, ki sta prav tako povzročili zmedo med prejemniki tovrstne elektronske pošte. Tako obtoženec nima nobene pravice uporabljati zgornje domene, saj ni dobil dovoljenja za njihovo uporabo s strani pritožnika. Glavni razlog za ukinitvev omenjenih domen vidi pritožnik prav v veliki zmedi, ponarejanju elektronske pošte ter njeni uporabi v slabe namene in prevare. Arbitražni center od obtoženca ni prejel nobenega povratnega odgovora ali razlage za tovrstna dogajanja.

Na podlagi dokazov je rabsodnik odločil v pritožnikovo prid. Tako se morajo vse pravice v zvezi s spornimi spletnimi domenami (rollsroycepromo.net, rollsroycepromotions.com in rollsroycepromotions.org.) prenesti na pritožnika, torej na podjetje Rolls-Royce Motor Cars Ltd. (WIPO primer domenskega spora Rolls-Royce, 2007).

4.2.3 Primer 3: Swarovski AG vs. Modern Empire Internet Ltd.

V primeru spora med podjetjem Swarovski AG in podjetjem Modern Empire Internet Ltd. smo priča kraji, imenovani »typo squatting«. Pritožnik (podjetje Swarovski AG) se je pritožil v zvezi z domenskim imenom **swarvoski.com**, ki ga je obtoženec (podjetje Modern Empire Internet Ltd. s sedežem v Hong Kongu) registriral pri družbi Moniker Online Service, LLC. Pritožbeni postopek se je začel 3. februarja 2006, ko je pritožnik vložil pritožbo na WIPO Arbitration and Mediation Center.

Podjetje Swarovski AG je bilo ustanovljeno leta 1895. Gre za znanega proizvajalca kristalnih izdelkov. Ker se je podjetje zavedalo možnosti kraje, je ime SWAROVSKI zavarovalo v Hong Kongu že leta 1987 in ga posodabljal vse do leta 1990. Ime SWAROVSKI je zavarovalo tudi v drugih državah, in sicer v Avstraliji, Braziliji, Kanadi, Finski, Irski, Italiji, Japonski, Liechtensteinu, Mehiki, Norveški, Švedski, Veliki Britaniji in ZDA.

Pritožnik se je pritožil zaradi zelo podobnega domenskega imena *swarvoski*. Ker je obtoženec registriral svojo domeno tako, da je v imenu zamenjal le zaporedje črk o in v, se je pritožniku zazdelo, da je ime tako rekoč optično enako zaščitenemu (*swarovski*). V svoj zagovor je pritožnik navedel, da obtoženec nima nobene pravice uporabljati registrirane spletne domene. Pri tem je podjetje Swarovski AG dokazalo, da obtoženec nima pri nobenem uradu za varovanje intelektualne lastnine prijavljene kake zaščitne znamke s tem imenom (*swarvoski*), zaradi česar nimajo pravice uporabljati sporne spletne domene.

Naposled je pritožnik navedel, da obtoženec uporablja spletno domeno v slabi veri, saj želi z njo pridobiti nove spletne uporabnike v trgovsko korist s ciljem pridobiti nove člane ter sponzorstva. Ker razsodnik od obtoženca ni prejel nobenega sklepa ali zagovora, je sprejel slednji sklep.

Kljub temu da je arbitražni center naredil vse, da bi pridobil obtoženčevo zanimanje, se ta po večkratnih pismih ni odzval na pozive arbitražnega centra. Tako je razsodnik na podlagi dokazov, ki jih je posredovalo podjetje Swarovski AG označil, da gre v tem primeru za značilen primer t. i. typo squattinga. Ugotovil je, da sta bili črki (o in v) v sporni spletni domeni zamenjani namenoma. Beseda »swarovski« namreč ni značilna beseda in ne predstavlja nič drugega kot uveljavljeno blagovno znamko. Poleg tega z zamenjavo črk v besedi »swarvoski« ne dobimo nobene nove besede, ki bi imela neki pomen.

Ugotovljeno je bilo tudi, da je bil obtoženi v preteklosti že udeležen v podobnih procesih, in sicer v zvezi s t. i. typo squattingom ali cyber squattingom. Torej se je izkazalo, da gre v tem primeru za utemeljen sum, da je obtoženi uporabljal spletno domeno v slabi veri. Ker obtoženi ni predal nobenih dokazov ali argumentov o nasprotnem, je razsodnik sprejel sklep, da obtoženec nima nobene pravice uporabljati ime sporne domene (*swarvoski*) še naprej.

Razsodnik je zaključil, da se vse pravice v zvezi s spletno domeno *swarvoski.com* prenesejo na pritožnika, torej na podjetje Swarovski AG. (WIPO primer domenskega spora Swarovski, 2007).

4.2.4 Primer 4: Google Inc. vs. Beijing Guowang Information

Spor med podjetjem Google Inc. in podjetjem Beijing Guowang Information kaže, kako pomembna je registracija oziroma zaščita intelektualne lastnine v globalnem smislu, v tem primeru za ameriško podjetje v Aziji. Pravna praksa Kitajske se nekoliko razlikuje od pravne prakse zahodnih družb.

Pritožniku, ameriškemu podjetju Google Inc. iz Kalifornije, so v marcu leta 2003 zavrnilo pritožbo glede sporne domene **google.com.cn**, ki jo je registriralo kitajsko podjetje Beijing Guowang Information. Pritožba je bila poslana 16. januarja 2003 na Domain Name Resolution Centre (DNRC¹⁵) of the China International Economic and Trade Arbitration Commission (CIETAC), torej kitajskemu arbitražnemu telesu, ki se ukvarja z domenskimi spori.

Po mnenju dveh članov odvetniške družbe King & Wood PRC Lawyers v Pekingu, Jerrya Y Čanga in Hu Čang Ronga, rzsodba prezira mednarodne sporazume, kot je denimo Pariška konvencija.

Pritožnik Google Inc. navaja, da je nosilec vrhnje domene google.com, s katero tudi upravlja, da je poleg tega lastnik registrirane znamke »GOOGLE« ter edini upravičenec do uporabe omenjene znamke. Podjetje zagotavlja spletne brskalnik in je eno najzmogljivejših in najbolj znanih. Podjetje Google Inc. je registriralo svojo znamko v mnogih državah, med drugim je leta 1999 oddalo vlogo za registracijo tudi v Kitajski. Vendar pa znamka »GOOGLE« na Kitajskem ni bila priznana do svoje uradne registracije v letu 2000.

Beijing Guowang Information, kitajsko podjetje s sedežem v Pekingu, je postal nosilec sporne domene v decembru leta 1999. Odbor DNRC-ja je potrdil pritoženčeve obtožbe, da omenjeno lokalno podjetje Beijing Guowang Information nima nobenih pravic in legitimnega interesa do sporne domene. Poleg tega je odbor potrdil, da je bila domena google.com.cn registrirana in uporabljena v slabi veri.

Zanimiva odločitev odbora je bila, da podjetje Google Inc. prav tako nima nobenih pravic in interesa do znamke »google«, saj ta ni bila registrirana in zaščitena s strani kitajskih zakonov. Odbor je preveril zgodovino registracij omenjene besede na Kitajskem in ugotovil, da znamka ni bila registrirana vse do 28. septembra 2000. Torej v času, ko je lokalno podjetje postalo nosilec sporne domene, ni imela pravne zaščite. Čeprav je bila vloga za registracijo vložena že 16. marca 1999, torej pred registracijo sporne domene google.com.cn, je bila pritožba zavrnjena.

Kot razlog za tako odločitev je odbor navedel pomanjkljive dokaze oziroma priloge k vlogi pritožbe. Poleg tega pritožnik ni uporabljal omenjene besede »google« na njihovih tleh vse do registracije sporne domene google.com.cn. Po mnenju rzsodnikov podjetje ni niti dokazalo, da je znamka »google« zelo znana tudi na Kitajskem. Na podlagi tega namreč podjetje Google Inc. ni imelo nobenih pravnih interesov na območju kitajskih zakonov, torej znotraj Kitajske, poleg tega sporna domena ni enaka oziroma zamenljiva z že obstoječimi znamkami na Kitajskem v tistem obdobju. To so bili razlogi za zavrnitev pritožbe ameriškega podjetja (Zhang, Rong, 2003, str. 1 – 3.).

¹⁵DNRC – angl. *Domain Name Resolution Centre of the China International Economic and Trade Arbitration Commission* (CIETAC). Arbitražno telo, ki se prav tako ukvarja z domenskimi spori, le da deluje v Ljudski Republiki Kitajski.

4.2.5 Primer 5: Volvo Trademark Holding AB vs. Forza, d. o. o.

Pritožnik Volvo Trademark Holding AB (Goetheborg, Švedska) se je 12. 1. 2006 pritožil zaradi sporne domene **volvo.si**, ki jo je pri registrarju Dokumentarna 4. 4. 2005 ob 10.01, torej takoj po začetku delovanja novega sistema registracije, registriralo slovensko podjetje Forza, d. o. o., s Polanškove ulice 36 v Ljubljani.

Pritožnik je priznani proizvajalec avtomobilov, imetnik več blagovnih znamk »VOLVO«, od katerih najstarejša velja že od leta 1967, in nesporno edini upravičenec do uporabe imena volvo. Nesporno je tudi, da so prav vse omenjene znamke pritožnika starejše od datuma registracije sporne domene. Znamka »VOLVO« je v Sloveniji znana ter se resno in dejansko uporablja. Dovolj je samo pogled na katero koli parkirišče ali sprehod po ljubljanskih ulicah. Resna in dolgotrajna uporaba pa znamki daje moč in krepi njen razlikovalni značaj.

To, da pritožnik po trenutnih pravilih za registracijo domen pod vrhno domeno .si ni upravičen do registracije domene volvo.si, ker je tuja gospodarska družba, nikakor ne vpliva na njegove pravice, ki izhajajo iz njegovih registriranih znamk. Pritožnik se tega zaveda, seveda pa lahko za to pooblasti svojega zastopnika ali zaupnika v Sloveniji. Zato pritožnik v pritožbi zahteva izbris domene, saj v nobenem primeru ne namerava dopustiti kršitve svojih pravic intelektualne lastnine.

Pritožnik je nosilca domene z dopisom 20. 10. 2005 opozoril in mu predlagal prenos domene na svojega pooblaščenca v Sloveniji ter povrnitev stroškov registracije in prenosa domene na novega lastnika. Nosilec je dopis prejel, vendar nanj ni odgovoril.

Po pričevanju pritožnika je razlogov za izbris domene več. O smiselnosti izbire lika vola za otroško literaturo, še posebno pa o poimenovanju določene živali z imenom, ki v tujem jeziku pomeni pravzaprav njeno generično ime (volVó), ne gre razpravljati, lahko le predvidevamo, da je zgodba sestavljena z namenom, da sporna spletna stran navidezno zadostuje pogojem ter s tem legitimno obstaja. Priloženo informacijsko arhitekturo foruma, grafično podobo foruma in vso drugo omenjeno dokumentacijo razen kopije izpiska iz sodnega registra je najbrž pripravil nosilec sam, kar danes s sodobnimi računalniškimi orodji ni težko.

Razlog za trud nosilca domene je po pritožnikovem mnenju najverjetneje v pridnem branju objavljenih razsodb Rzsodišča za alternativno reševanje domenskih sporov za vrhno domeno .si, kjer je nosilec lahko našel podatke o pogojih, ki jih mora vsaj navidezno izpolniti, da bi rzsodišče rzsodilo njemu v prid. Bistvenega pomena je torej razločevanje med dejanskim in navideznim stanjem. Nosilec domene se ne ozira na uporabo imena nameravanega lika, ki je nedvomno zamenljivo podobno z znamko pritožnika (vol Vo – VOLVO), ki je med drugim registrirana tudi za zgoraj naštete dejavnosti in povezano blago, kot so knjige, revije itd. Navedbe nosilca domene, da namen uporabe domene ne sovпада s področjem registracije blagovne znamke oziroma delovanjem firme pritožnika, torej ne držijo.

Če bi nosilec domene dejansko želel registrirati domeno, ki bo služila zatrjevanemu namenu bi domena glasila na primer vol-vo.si, kar bi nedvomno bila najbolj logična rešitev. Da mu je ta možnost znana dokazuje sam z navedbo dovoljenih znakov med katere spada tudi vezaj »-«. Rezultat poizvedbe na Whois strežniku Arnesa nam pokaže, da take domene še danes nihče ni registriral. In nenazadnje: domena je enaka znani znamki Volvo, ki je v Slovenski javnosti znana in priznana že skoraj štiri desetletja. Nosilec domene je za avtomobile Volvo že gotovo slišal.

Če to povežemo s trenutkom registracije domene volvo.si in dejstvom, da za svojo zatrjevano dejavnost ni registriral domene vol-vo.si, postane jasno, da je dobro vedel, kaj počne, in da se mu je zelo mudilo, saj bi lahko domeno volvo.si s pristankom in po naročilu pritožnika lahko registriralo kakšno slovensko podjetje, na primer pooblaščen trgovec.

O prepoznavnosti znamke Volvo priča tudi poizvedba na spletnem iskalniku google.com, kjer dobimo več kot 55,000.000 zadetkov, torej spletnih strani, ki to besedo vsebujejo, in prav vse se nanašajo na pritožnikovo znamko. Ker nosilec domene zatrjuje, da namerava izdelati interaktivno spletno stran, lahko zaključimo, da mu je internet poznana zadeva, posledično pa tudi ta podatek.

Po pritožnikovem mnenju so kumulativno izpolnjeni vsi trije pogoji za sprožitev spora na razsodišču. Domena nosilca je torej enaka registriranim blagovnim znamkam pritožnika in imenu pritožnikovega podjetja, čeprav ni vpisana v sodni register v Republiki Sloveniji. Nosilec prav tako nima nobenega upravičenja ali pravno priznanega interesa glede domene, domena je bila registrirana v slabi veri. Nosilec domene sicer zatrjuje, da je lastnik avtorskih pravic iz naslova lika vola po imenu Vó, avtorska pravica pa je individualna pravica, katere lastnik in nosilec je lahko le in edino avtor in ne podjetje.

Doslej omenjene navedbe je podal pritožnik, v nadaljevanju pa sledijo izjave nosilca sporne domene.

Nosilec domene na vse navedene izjave pritožnika odgovarja, da je pritožnikova vloga izvedena v slabi veri, zato naj se postopek pritožbe ustavi v skladu s pravili postopka ARDS pod vrhnjo domeno .si. Pritožnikov pooblaščenec je v svojem dopisu navedel namerno zavajajoče podatke, s katerimi se je pritožnik želel s prisilo in zavajanjem polastiti domene pod vrhnjo domeno .si, do katere pa nima pravice.

Nosilec tudi navaja, da pritožnik ni prvič v tovrstnem postopku, temveč naj bi sporne domene že večkrat namerno izsiljeval od drugih lastnikov, te nato parkirajo do nadaljnjega. Nosilec domene je predložil tudi izvod rednega izpiska iz sodnega registra za svojo družbo, ki je med mnogimi dejavnostmi registrirana tudi za dejavnosti, kot so oblikovanje in aranžerstvo, dekoraterstvo, umetniško ustvarjanje in poustvarjanje, izdajanje knjig, časopisov, revij in periodike ter drugo založništvo.

Poleg tega nosilec zatrjuje, da je domena sporna zaradi tehničnih omejitev, ki jih določajo pravila registracije pri Arnesu. Spletna stran naj bi vsebovala tudi forum s slikami in drugim gradivom, ki naj bi dokazoval uporabo v slabi veri. Nosilec domene tudi zatrjuje, da pritožnikov pooblaščenec ni predložil nobenega dokumenta, iz katerega bi bilo razvidno, da je pooblaščen in za katera dejanja je pooblaščen. To po nosilčevem mnenju nakazuje namen pritožbe v slabi veri. Po njegovem mnenju torej kumulativno niso izpolnjeni vsi trije zahtevani pogoji za ugoditev pritožnika, zato naj se postopek prekine.

Na podlagi vlog obeh vpletenih strank je naposled o zadevi seveda presojal razsodnik. Ugotovil je, da pritožnikova vloga ni bila oddana v slabi veri, saj lahko pritožnik zaradi omejitev registracije zahteva le izbris sporne domene. Prav tako ni potrebno, da bi bila tretja oseba upravičena do registracije, da bi lahko sprožila omenjen postopek. Razsodnik tudi navaja, da je znamka enaka sporni domeni, kar pomeni zavajanje javnosti. Nosilec domene ni izkazal nobenega upravičenja glede domene, saj razen spletne strani v izdelavi ni podal nobenih drugih dokazov, ki bi njegovo zgodbo potrdili.

Najpomembnejša pa je zadnja razsodnikova ugotovitev, ki pravi, da so okoliščine tiste, ki nakazujejo uporabo domene v slabi veri. Nosilec domene se je v svoji vlogi strinjal s tem, da zadevna domena ni najbolj posrečena. Zakaj je torej hitel z registracijo takoj po sprostitvi novega sistema pravil registriranja? To je tudi glavni dokaz uporabe nosilca domene v slabi veri. Na podlagi ugotovljenega je razsodnik 2. 8. 2006 ugodil pritožnikovi pritožbi in odredil izbris sporne domene volvo.si (Arnesov primer domenskega spora Volvo.si, 2007).

4.2.6 Primer 6: Šiviljstvo Drobež vs. MW, d. o. o.

Pritožnik Šiviljstvo Drobež Vera, s. p., iz Krškega je 20. 3. 2006 prek Arnesove administrativne službe vložil pritožbo v zvezi s sporno domeno **design.si**, ki jo je registriralo podjetje iz Ljubljane. Pritožnik je nosilec znamke »DeSIGN«, registrirane pri Uradu za IL RS. Registracija znamke je bila objavljena dne 30. 6. 1999, in sicer za oblačila, vezenine, prevoznništvo, pakiranje in skladiščenje blaga.

Nosilec je 4. 4. 2005 registriral domeno design.si, torej v tem postopku sporno domeno, sicer pa je nosilec imetnik več domen, kot so sex.si, porno.si, chat.si, klepet.si, zmenki.si, poljub.si, bejba.si in podobnih, ki jih ponuja v prodajo.

Pritožnik v pritožbi navaja, da ima od leta 1999 naprej veljavno registrirano znamko, ki je enaka oziroma podobna sporni domeni. Pravi tudi, da nosilec domene nima nobenega upravičenja ali pravno priznanega interesa glede domene in da je domeno registriral v slabi veri. Nosilec domene je nekaj minut po začetku delovanja novega sistema registracije domen 4. 4. 2005 ob 10.04 registriral domeno design.si.

Po pritožnikovem mnenju je bil osnovni namen nosilca domene njena prodaja za vsoto, ki presega stroške registracije in vzdrževanja domene. Kot dokaz za to pritožnik dodaja kopijo članka iz časopisa *Finance*, v katerem je nosilec domene ponujal v prodajo domeno sex.si.

Pravi tudi, da domene sex.si ni želel prodati niti za takratnih 536.000 SIT, kot dokaz prilaga elektronsko korespondenco.

Nosilec v odgovoru pravi, da je bila domena registrirana v skladu s splošnimi pogoji in da pritožnik s svojimi argumenti ne dokazuje, da nosilec nima upravičenja ali pravno priznanega interesa glede domene, kar pa bi moral, če želi doseči prenos sporne domene nase. Nosilec meni tudi, da je podelitev pravnega varstva na taki besedi (generični) v nasprotju s temeljnimi načeli prava intelektualne lastnine, torej pritožnik omenjene besede sploh ne bi smel registrirati, ker nima razlikovalnega učinka. Dodaja tudi, da njegova spletna stran ponuja povsem drugačne storitve od tistih, ki jih ponuja pritožnik, s čimer ne posega v njegovo dejavnost. Pravi še, da njegova domena ni bila registrirana v slabi veri, da je ni ponujal v prodajo nikomur za znesek, ki bi bil nesorazmerno višji od stroškov registracije, ter da ni vedel za registracijo znamke »DeSIGN«.

V primeru enakosti oziroma zamenljive podobnosti se v skladu s slovensko prakso določene prvine domene ne upoštevajo, upošteva se zgolj podomena, v tem primeru torej beseda »design«. Ker pri tem ni razlik med velikimi in malimi tiskanimi črkami, gre nedvomno za isto besedo. Razsodišče se v zvezi z generičnostjo omenjene besede ne ukvarja, ker za to nima pristojnosti. Dodaja pa, da je besedo »design« nemogoče registrirati za storitve oblikovanja, je pa to mogoče za pritožnikovo blago (blago, trakovi ipd.); kot primer navaja znamko »APPLE«¹⁶. S tem je bil izpolnjen prvi pogoj pravilnika ARDS.

Pri dokazovanju drugega pogoja razsodišče opozarja, da je ta v praksi najspornejši, predvsem kar zadeva njegovo dokazovanje. Zato je v mednarodni praksi mogoče zaslediti pristop, po katerem zadošča že pritožnikova navedba, da nosilec nima nobene pravice do sporne domene. Zato razsodišče šteje, da je pritožnik na neki način implicitno izkazal obstoj pogoja z navedbami, da ima registrirano znamko, zamenljivo podobno sporni domeni.

Čeprav se zdi, da dokazi pričujejo proti nosilcu sporne domene, je treba poudariti, da generičnost sporne besede omogoča legitimno prodajo domene. Nosilec domene torej ni registriral v slabi veri, kar dokazuje tudi njegova nevednost o obstoju znamke. Omeniti je treba tudi, da nosilec sporne domene design.si ni ponujal v prodajo neposredno pritožniku, niti je ni ponujal pritožnikovim konkurentom. Zato razsodišče nosilca sporne domene ne more obravnavati kot *cybersquatterja*, temveč kot osebo, ki se ukvarja s prodajo povsem generičnih domen. Po mnenju razsodišča tako sledi, da drugi pogoj ni izpolnjen.

Razsodišče je tako ugotovilo, da ocena uporabe v slabi veri, torej tretjega pogoja, ni potrebna. Na podlagi tega je bila pritožnikova zahteva zavrnjena (Arnesov primer domenskega spora design.si, 2007).

¹⁶V ZDA na trgu nastopata dve podjetji z enako besedo v svojem imenu, in sicer podjetje APPLE Corps, ki se ukvarja z glasbeno industrijo, in podjetje APPLE Computers, znan proizvajalec računalniške opreme.

4.2.7 Primer 7: Google Inc. vs. Jasico, d. o. o.

Podjetje Google Inc. iz ZDA je vložilo pritožbo glede sporne domene **google.si**, katere nosilec je podjetje Jasico, d. o. o., iz Murske Sobote. Podjetje Jasico, d. o. o., je tudi registrar domen v Sloveniji, tako da je sporno domeno registriral 4. 4. 2005 kar sam.

Pritožnika smo spoznali že iz spora s podjetjem Beijing Guowang Information, zato ga ne bomo opisovali podrobneje. Je torej lastnik znamk Skupnosti GOOGLE v ZDA, od 7. 10. 2005 pa tudi v EU. Kot tuja družba nima pravic do domene .si, zato ga v primeru zastopa slovenska odvetniška družba Mirčič & Bitenc, d. n. o.

Nosilec domene je registrar, ki ima z Arnesom sklenjeno pogodbo, s katero mu je podeljena pravica, da v imenu svojih strank registrira in podaljšuje registracijo domen.

Pri ugotavljanju enakosti oziroma zamenljivosti s pritožnikovo znamko je razsodišče potrdilo, da je ime domene enako registrirani znamki »GOOGLE«. S tem je bil izpolnjen prvi pogoj za sprožitev postopka ARDS.

Glede na to, da je nosilec domene tudi pooblaščen registrar, je nedvomno vedel za pritožnika in njegovo domeno google.com. Navedbe nosilca domene, da je nameraval prenesti domeno na pritožnika, takoj ko bi pravila to dovoljevala, za razsodišče ni bistveno, saj tak interes ne pomeni tudi pravno priznanega interesa, na podlagi katerega bi bilo mogoče opravičiti registracijo sporne domene.

Nosilec domene drugih argumentov, s katerimi bi opravičil registracijo sporne domene, ni navedel, niti jih ni našlo razsodišče. Tako je bil izpolnjen tudi drugi pogoj za sprožitev postopka ARDS. Iz priložene dokumentacije je razsodišče ugotovilo, da je izpolnjen tudi tretji pogoj, torej da gre za registracijo v slabi veri. Nosilec sicer ni ponujal domene v prodajo pritožniku, niti je nanj ni želel prenesti, saj ta nima pravice za registracijo pod domeno .si. Nesmiselno pa je, zakaj je ni želel prenesti na tretjo osebo, ki bi jo pooblastil pritožnik. Tako je mogoče sklepati, da je nosilec registriral sporno domeno za pridobitev določene koristi od pritožnika, kar nakazuje slabo vero nosilca domene.

Zato je razsodišče ugodilo pritožbi in odredilo izbris sporne domene google.si. Kasneje je omenjeno domeno uspelo registrirati le pooblaščeni pravni osebi s strani matičnega podjetja Google Inc. iz ZDA (Arnesov primer domenskega spora google.si, 2007).

4.2.8 Primer 8: Cisco Systems Management vs. Ideja Plus, d. o. o.

Pritožnik CISCO Systems Management, b. v., s podružnico v Ljubljani, je 14. 9. 2005 vložilo pritožbo zoper podjetje Ideja Plus, d. o. o., z Jesenic v zvezi s sporno domeno **cisco.si** (glej Prilogo 15). Tako kot v prejšnjih dveh primerih je nosilec registriral sporno domeno takoj po sprostivni novih pravil registracije, torej 4. 4. 2005. Pritožnik sklepa, da je nosilec registriral sporno domeno načrtno in celo iz koristoljubja. Meni tudi, da je domena enaka imenu njihovega podjetja, zato zavaja javnost.

Nosilec navaja, da je sporno domeno registriral z namenom postavitve manjšega portala, namenjenega ribi, imenovani »coregonus artedii«, ki naj bi bila splošno znana pod imenom »cisco«. Razlog za njeno izbiro naj bi bile ribiške in gurmanske izkušnje družbenika in direktorja nosilca domene. Nosilec tudi razlaga, da naj bi domeno uporabljal v nekomercialne namene, brez dobičkonosnega in zavajajočega namena. Pripominja še, da ga je pritožnik k prenosu domene pozval že v preteklosti, vendar mu je ni želel odstopiti brezplačno, saj naj bi v razvoj portala vložil sredstva.

Pritožnik odgovarja, da za stroške razvoja portala oziroma njegov obstoj ni izkazal nobenih dokazov, zato ne verjame v verodostojnost njegovih izjav. Pravi tudi, da osebni konjiček direktorja nosilca domene z eksotično podvrsto lososa iz Severne Amerike nima z njegovo dejavnostjo nobene zveze. Torej gre po pritožnikovem mnenju za očitno registracijo sporne domene v slabi veri.

V zvezi s pogojem, ki določa enakost oziroma zamenljivost pritožnikove znamke, je razsodišče določilo, da je pogoj izpolnjen, saj gre za specifično ime »cisco«, ki nima drugih splošno znanih pomenov razen identitete določenega pravnega subjekta. Na podlagi dokazil razsodišče ugotavlja, da je izpolnjen tudi drugi pogoj, saj nosilec domene nima upravičenosti ali pravnega interesa do sporne domene. Njegova dejavnost namreč ni povezana z ribo vrste *coregonus artedii*. Poleg tega sta družbenik kot vlagatelj kapitala in družba povsem samostojna pravna subjekta, pravna sfera med njima je povsem ločena. Uveljavljanje ciljev in interesov fizične osebe prek pravne osebe pa je zloraba, ki je v Sloveniji tudi kazniva.

Po mnenju razsodišča je izpolnjen tudi tretji pogoj, o čemer pričajo navedbe obeh strank. Po njihnih navedbah naj bi se v preteklosti večkrat sestala in poskušala dogovoriti o ceni za prenos domene na pritožnika. Iz tega razsodišče sklepa, da je nosilec domene želel pridobiti premoženjsko korist. Registracija domene s takim namenom pa je seveda registracija v slabi veri. Zato je bil pritožnikov zahtevek odobren in pravice do uporabe domene so bile prenesene nanj (Arnesov primer domenskega spora cisco.si, 2007).

5 DISKUSIJA

Na področju odločitev domenskih sporov je v splošnem opaziti tri pomembne trende. Prvi je ta, da ti procesi ne smejo odločati o kompleksnih primerih, kjer gre za dolge in poglobljene razprave glede zaščite intelektualne lastnine. Drugič, zelo pomembno je upoštevati razplet predhodnih primerov. Lastniki blagovnih znamk bi torej morali temeljito preučiti podobne primere iz preteklosti, saj ti močno vplivajo na razplet prihodnjih primerov. In tretjič, večina vlog je še vedno v angleškem jeziku. V velikem zaostanku ji sledijo (glej Prilogo 11): španščina, korejščina, francoščina, nemščina in kitajščina (Carnell, 2007, str. 1).

V nadaljevanju v Tabeli 12 povzemam primere, ki sem jih opisal v prejšnjem poglavju.

Tabela 12: Povzetek primerov domenskih sporov

PRIMER DOMENSKEGA SPORA	RAZSODIŠČE, ZMAGOVALEC	KRATEK OPIS DOMENSKEGA SPORA
BNP Paribas vs. Simon Sheppard	WIPO (UDRP), Simon Sheppard	Obe strani imata pravice nad kratico BNP, vendar prevlada načelo »kdor prvi pride, prej dobi«.
Rolls-Royce Motor Cars Ltd. vs. Maria Stephen	WIPO (UDRP), Rolls-Royce Motor Cars Ltd.	Kraja identitete, goljufije in zavajanje javnosti ter okoriščanje na račun tujega imena.
Swarovski AG vs. Modern Empire Internet Ltd.	WIPO (UDRP), Swarovski AG	Kraja domene, imenovana »typo squatting«, obravnavana kot tipičen cybersquatting.
Google Inc. vs. Beijing Guowang Information	CIETAC (DNRC), Beijing Guowang Information	Kitajska pravna praksa predstavlja skrb podjetjem zahodnih držav. Razsodba je namreč nelogična.
Volvo Trademark Holding AB vs. Forza, d. o. o.	ARNES (ARDS), Volvo Trademark Holding AB	Tuje podjetje brez formalnih pravic nad domeno .si doseže le izbris sporne domene in ne prenosa nanj.
Šiviljstvo Drobež vs. MW, d. o. o.	ARNES (ARDS), MW, d. o. o.	Primer dokazuje pomembnost izbire imena znamke (generično ime?), ki nato vpliva na okoliščine in izid domenskega spora.
Google Inc. vs. Jasico, d. o. o.	ARNES (ARDS), Google Inc.	Nosilec sporne domene izgubi pravico do njene uporabe. Zanimivo je dejstvo, da je nosilec eden od Arnesovih pooblaščenih registrarjev.
Cisco Systems Management vs. Ideja Plus, d. o. o.	ARNES (ARDS), Cisco Systems Management	Primer, kjer fizična oseba skuša uveljaviti svoje interese prek pravnega subjekta. Prav tako pa gre za materialno okoriščanje s strani nosilca, ki primer tudi izgubi.

Vir: Lasten vir.

Primer **BNP Paribas vs. Simon Sheppard** nazorno kaže, kako pomembna je pravočasna registracija znamke in nato tudi spletne domene. Lahko se namreč zgodi, da kljub pravicam do določenega imena, znaka ali znamke ne moremo doseči prenosa domene nase, če je prvotni nosilec opravil registracijo v dobri veri, tako kot je to storil Simon Sheppard. Naslednji primer **Rolls-Royce Motor Cars Ltd. vs. Maria Stephen** kaže, kako lahko tretja oseba (Maria Stephen) povzroči zmešnjavo tako slavni znamki, kot je proizvajalec avtomobilov Rolls-Royce Motor Cars Ltd. Prvotna krivda tiči seveda v neznanju in nezavedanju vodstva podjetja o pomembnosti zaščite intelektualne lastnine na svetovnem

spletu. Registracija in zaščita znamke v neki državi še ne pomeni popolne zaščite, ker domena predstavlja mednarodno (svetovno) tržišče. Prav tako je potrebno registrirati vse variacije osnovnega imena firme ali blagovne znamke. V Sloveniji je v imenu enega poslovnega subjekta možno registrirati namreč 20 domen pod .si. Podjetja v Sloveniji torej teoretično lahko to storijo.

Primer **Swarovski AG vs. Modern Empire Internet Ltd.** je eden mnogih, kjer gre za krajo domene imenovano »typosquatting«. Podjetje Modern Empire Internet Ltd. je skušalo z zamenjavo črk doseči zmedo ali neupravičeno pritegniti stranke na svojo spletno mesto. V sporu se je ponovno znašlo podjetje svetovnih razsežnosti, ki bi se vsekakor morale zavedati pomena zaščite intelektualne lastnine in moči poslovnih identifikatorjev. Pravila registracije spletnih domen namreč v večini držav omogočajo več različnih registracij variacije osnovnega imena domene.¹⁷ Torej bi lahko preprečili omenjen spor in se izognili nepotrebnim nevšečnostim in potencialni poslovni škodi. V primeru **Google Inc. vs. Beijing Guowang Information** je jasno, da sporna domena vsebuje besedo, ki je enaka znamki »google«. Vprašanje je, ali kitajski zakoni ščitijo tuje pravice intelektualne lastnine. Ali torej Kitajska sploh omogoča zaščito pravic tujcem in njihovim pravicam intelektualne lastnine? Članek iz Pariške konvencije zagovarja pritožnikovo (Google Inc.) mnenje, torej da gre za kršenje pravic intelektualne lastnine. Osmi članek pravi, da mora biti varovan znak, torej znamka, enakovredno zaščiten v vseh državah unije (podpisnicah deklaracije). V tem primeru sta to tako ZDA kot Kitajska. Pri vsem tem pa je najmanj smiselno, da je bila pritožba zavrnjena, čeprav je bilo nesporno dokazano, da gre za registracijo domene v slabi veri. Kdo torej ima pravico do omenjene znamke in spletne domene? Omenjeni primer je lahko nevaren zgled za vse spore, ki bodo še sledili.

Spor **Volvo Trademark Holding AB vs. Forza, d. o. o.** nazorno prikazuje, kaj se lahko zgodi tujemu podjetju, ki nima formalne pravice za registracijo pod domeno .si. Podjetje Volvo Trademark Holding AB sicer ne uspe pridobiti domene, doseže pa izbris sporne domene ter s tem onemogoči tretje osebe, da bi uporabljale domeno v slabi veri. Če bi spornemu nosilcu uspelo obdržati domeno (da bi dokazal uporabo v dobri veri), bi tuje podjetje seveda utrpelo potencialno škodo. Dobro poznavanje razmer in pritožnikova popolna vloga sta tokrat zadostovali za odobritev pritožbe, zmaga je tako bila na strani pravic intelektualne lastnine. Primer **Šiviljstvo Drobež vs. MW, d. o. o.** še enkrat dokazuje pomembnost izbire imena znamke. To dokazuje tudi rzsodba v nosilčevo (MW, d.o.o.) prid. Preden se izvede, je treba za vsako zaščito intelektualne lastnine torej izvesti raziskavo (glej Priporočila za uspešno lansiranje blagovne znamke na strani 13 v tem diplomskem delu). Po mojem mnenju je problem nastal že z registracijo znamke. O pravilnosti zaščite in legitimnega varovanja omenjene besede »design« pa bi morale razpravljati za to odgovorne institucije. V pomoč tej problematiki pa so predvsem strokovnjaki na področju etnologije, slavistike, psihologije, sociologije itd. Vsekakor je tematika vredna globlje razprave.

¹⁷Država, kjer omogočajo registracijo samo ene domene na podjetje, je Finska. Vse druge omogočajo več variacij osnovnega imena, Slovenija npr. 20 spletnih domen na en poslovni subjekt (Cabell, 2000, str. 1).

Primer **Google Inc. vs. Jasico, d. o. o.** je zanimiv, ker je nosilec sporne domene Jasico, d.o.o. hkrati tudi pooblaščen registrar pri Akademski in raziskovalni mreži Slovenije. Torej bi se omenjeno podjetje moralo zavedati pravil in ostalih dejstev v zvezi z registriranjem domen. Sploh, če gre za tako uveljavljeno znamko kot je »Google«. V tem primeru je podjetju Google Inc. uspelo doseči izbris sporne domene. Primer »Google« je zanimiv zato, ker ni prvi, v katerem je vpleteno omenjeno podjetje. V primeru spora Google Inc. proti Beijing Guowang Information, ki je bilo v pristojnosti kitajskega razsodišča, smo bili priča nelogični razsodbi, kjer je vprašljivo ravnanje in stopnja varovanja pravic intelektualne lastnine v Ljudski Republiki Kitajski. V primeru **Cisco Systems Management vs. Ideja Plus, d. o. o.**, je podružnici tujega podjetja v Sloveniji zaradi pravne zaščite, ki jo uživa na našem območju, uspelo dokazati upravičenost do sporne domene in hkrati dokazati registracijo nosilca (Ideja Plus, d.o.o.) v slabi veri. S prenosom sporne domene nase ji je uspelo obdržati identiteto v našem prostoru tudi na spletu. Pomembno vlogo pri odločitvi je imelo tudi ime, ki poleg omenjenega podjetja ni znano kot nobeno drugo, nima splošnega značaja ali širše rabe. Se pravi je zelo pomembna izbira imena znamke in kasneje domene, ki naj bo inovativno in ne deskriptivno (kot v primeru »design.si«).

Pojav t. i. *cybersquattinga* je spremenil področje registracije spletnih domen. Danes obstajajo programi, ki pomagajo iskati registrirane domene z vsebovanimi znanimi znamkami, ki so z ekonomskega stališča zelo zanimive. Lastništvo nad omenjenimi znamkami omogoča nosilcu parkiranje, upravljanje, materialno okoriščenje v dobrem ali slabem pomenu besede. Če domena ni bila obnovljena, jih ti programi samodejno registrirajo in s tem povzročajo škodo, ali pa njihovi novi nosilci zahtevajo od lastnikov znamk denarno plačilo.

V nekaterih državah so omejili možnosti, ki jih imajo na razpolago lastniki blagovnih znamk. Podjetja, so kljub uradni zaščiti na lastni koži občutila, kaj se lahko zgodi, če posluje v državi, kjer je pojem demokratičnosti in pravičnosti nekoliko meglen. Na Kitajskem so tako uvedli pravilo, ki določa, da po preteku dveh let od registracije domene nosilci pravic intelektualne lastnine ne morejo več vložiti pritožbe. S tem je *cybersquatterjem* omogočena legitimna prodaja določene domene lastniku blagovne znamke. Predvsem azijski trg je tisti, ki predstavlja nevarnost na področju učinkovitosti zaščite intelektualne lastnine.

V ZDA in EU pa je zaznan nasproten trend; postopki in pravila registracije so pisani na kožo lastnikov blagovnih znamk. Vse več primerov domenskih sporov je odločenih v prid podjetij, ki želijo zavarovati svojo znamko. Ekonomsko gledano s tem pridobijo na ugledu in dobičku, saj imajo varovan manevrski prostor na virtualnem trgu svetovnega spleta. Pomembno je torej, da imajo vodilni v podjetjih ustrezno znanje ter razumejo pomen zaščite intelektualne lastnine in s tem pomen pravočasne registracije spletne domene. Pri domenskih sporih ima pomembno vlogo tudi pritožba, ki mora biti popolna in hkrati kumulativno izpolnjevati vse tri pogoje postopka UDRP (v Sloveniji postopka ARDS).

SKLEP

V diplomskem delu je opisan razkorak med sistemom zaščite intelektualne lastnine in pravili na eni strani ter postopki zaščite spletnih domen na drugi strani. Odgovorne organizacije, ki po različnih poteh in postopkih udeležujejo pravice strank, bi morale nadgraditi sodelovanje s tem, da bi zadevno problematiko reševale vsaj sočasno. Ker si danes podjetja brez virtualne identitete, torej spletne domene, ne moremo več predstavljati, ni nič čudnega, da na svetovnem spletu že nekaj let poteka pravcati boj za domenska imena. Motivi zanje so seveda različni, prav tako tudi nameni njihove uporabe.

V zgodovini spreminjanja pravil in norm pri registraciji in upravljanju domen je vedno veljalo, da kdor prvi pride, prej dobi. Na nacionalni ravni so državno vrhno domeno dobili na enak način. Pri nas je to vlogo za domeno .si dobil Arnes, ki zdaj razpolaga ter upravlja s sekundarnimi domenami in poddomenami. Rešuje pa tudi domenske spore na slovenskih tleh. Stranke v sporih se lahko obrnejo tudi na tuje organizacije, ki rešujejo spore po skrajšanih postopkih. Če se stranki ne razideta mirno, se lahko uvede sodni postopek, ki pa je navadno dolgotrajen in drag. Zaradi postopne liberalizacije so ustanove, odgovorne za vrhne domene in druge storitve v zvezi z njimi, seveda sledile trendom.

Pojem liberalizacije ima v splošnem pozitivno konotacijo, a na področju registracije domen ne gre za liberalizacijo v pravem pomenu besede, saj nad tem bdijo organizacije, ki so tako ali drugače povezane z vladno ravnanjem in vplivajo na potek dogodkov. Monopolni položaj Akademске in raziskovalne mreže Slovenije pri nas odraža, da lahko ena ustanova suvereno odloča o vsem (kdo, kako in za koliko bo postal lastnik spletne domene). Pri tem pa pozabljajo, da so z zelo togega in strogega sistema prešli na bolj odprt sistem registracije z registrarji brez preverjanja zakonitosti, torej na nevarno področje kršenja intelektualne lastnine.

Eno največjih širitev na področju registracij spletnih domen smo vsekakor doživeli Evropejci. Vrhna domena .eu je doživela pravi razcvet. Tako je teh domen od leta 2005 pa do danes že približno 2,5 milijona, kar je daleč najhitrejši vzpon. S tem pa se odpira tudi nevarno področje kršitev intelektualne lastnine. Kljub zelo strogim pravilom registracije znotraj EU je špekulantom uspelo najti luknje ter registrirati znane in generične besede oziroma besedne zveze. Glavno vlogo pri tem so imeli pospešeni procesi, ki so na voljo predvsem v državah Beneluxa. Ti hitri postopki lahko v prihodnje povzročijo tudi več domenskih sporov.

Obenem pa strožja evropska zakonodaja predpostavlja tudi strožje kazni za kršitve, s čimer je povezana izguba ugleda in dobička kršitelja. Z vstopom v EU je Slovenija sicer pridobila nekatere prednosti, vendar je treba pravočasno zaščititi oziroma registrirati spletno domeno ali blagovno znamko doma in v EU ter povsod drugod, kjer je to potrebno. Sodobna organizacija bi morala v prihodnje z ustrežno registracijo inovativnih rešitev pridobiti pravno zaščito in si s tem zagotoviti pravico intelektualne lastnine. Tej pravici lahko rečemo kar premoženje, ki prinaša ključno konkurenčno prednost tako na stvarnem kot virtualnem trgu, kar je za razmere današnjega tehnološkega in informacijskega razvoja zelo pomembno.

LITERATURA

1. Albitz P., Liu C.: DNS & BIND. ZDA: O`Reilly, 1994. 381 str.
2. Bogsch Arpad: Brief History of the First 25 Years of the World Intellectual Property Organization. Ženeva : WIPO, 1992. 57 str.
3. Bulkeley M. William: Should owners of Web Sites be Anonymous? Wall Street Journal, New York, 27.4.2006. 2 str.
4. Bulkeley M. William: In Europe`s Auction of new web names, strife and confusion. Wall Street Journal, New York, 30.8.2006a. 1 str.
5. Cabell Diane: Foreign domain name disputes. Computer and Internet Lawyer, Frederick, 17(2000), 10, str. 5 – 17.
6. Carnell Phillip: New trends in WIPO UDRP decisions. Journal of Internet Law, New York, 10 (2007), 9, 8 str.
7. Chaudri Abida: Internet domain names and the interaction with intellectual property. Intellectual Property Department, London, 23 (2007), 1, str. 62 – 66.
8. Damjan Janez: Zakaj je morala umreti Costa S.? Blagovne znamke v Sloveniji. MM, Ljubljana, 1994, 14, str. 12 – 13.
9. Fan He: New dispute resolution policy: Cyber-squatting made easier. China law & Practice, London, 2006. str. 1 – 2 .
10. Farrand Tom: Making their mark against the retailers. Financial Times, London, 2006. 3 str.
11. Hoekman, Kostecky: The political economy of the world trading system. Oxford : Oxford University Press, 1995. 250 str.
12. Jobber David: Marketing Mix Decision. Bradford : University of Bradford, 2003. 306 str.
13. Kotler Philip: Management trženja. Ljubljana : GV Založba, 2004. 706 str.
14. Nurton James: Domain name disputes on the rise. Managing intellectual property, London, 1.5.2006, 2 str.
15. Pivka H.M., Puharič K.: Pravo mednarodne trgovine. Ljubljana : Uradni list Republike Slovenije, 1999. 365 str.
16. Pretnar Bojan: Intelektualna lastnina v sodobni konkurenci in poslovanju. Ljubljana : GV Založba, 2002. 228 str.
17. Reitzig Markus: Strategic management of IP. Management review, Massachusetts, 45 (2004), 3, str. 35 – 40.
18. Zhang, Rong: Google loses its domain name in China. Managing Intellectual Property, London, 1.7.2003. 3 str.

VIRI

1. Arnesove spletne strani in javno dostopni podatki spiska registrarjev. [URL: <http://www.arnes.si/cgi-bin/spisek-registrarjev.pl>], 9.3.2007.
2. Arnesove spletne strani in javno dostopni podatki o formularjih. [URL: http://www.arnes.si/domene/formularji/b_priloga3_do_31_12_2006.pdf/], 9.3.2007
3. Arnesove spletne strani in javno dostopni podatki za registracijo domene.

- [URL: http://www.arnes.si/domene/registracija_si_domen.html], 9.3.2007.
4. Arnesove spletne strani in javno dostopni podatki o najpogostejših vprašanjih.
[URL: http://www.arnes.si/domene/pogosta_vprasanja_in_odgovori.html], 9.3.2007.
 5. Arnesov primer domenskega spora google.si.
[URL: http://www.arnes.si/domene/ARDS/odlocitve_ards.html], 20.3.2007.
 6. Arnesov primer domenskega spora design.si.
[URL: http://www.arnes.si/domene/ARDS/odlocitve_ards.html], 20.3.2007.
 7. Arnesov primer domenskega spora volvo.si.
[URL: http://www.arnes.si/domene/ARDS/odlocitve_ards.html], 20.3.2007.
 8. Arnesov primer domenskega spora cisco.si.
[URL: http://www.arnes.si/domene/ARDS/odlocitve_ards.html], 20.3.2007.
 9. Dispute settlement.
[URL: http://www.unctad.org/en/docs//edmmisc232add35_en.pdf], 2003.
 10. Europe Registry .EU.
[URL: <http://www.europeregistry.com/domains/domains-search.htm>], 25.4.2007.
 11. Joint Recommendation Concerning Provisions on the Protection of Well-Known Marks.
[URL: <http://www.legco.gov.hk/yr98-99/english/bc/bc17/papers/1598e.pdf>], 2000.
 12. Osnove intelektualne lastnine.
[URL: <http://www.uil-sipo.si/index.php?id=84>], 20.3.2007.
 13. Patenti za vsakdanjo rabo.
[URL: <http://www.agencija-poti.si/si/clanki/3975/default.html>], 15.4.2007.
 14. Pravo intelektualne lastnine.
[URL: <http://www.pravna.net/zapiski/4.%20letnik/Pravo%20intelektualne%20lastnine/zapiski/PIL1%20-%20zapiski.doc>], 2001.
 15. Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process.
[URL: <http://wipo2.wipo.int>], 2001.
 16. Shematski prikaz postopka ARDS pri Arnes.
[URL: http://www.arnes.si/domene/ARDS/procesi_ards.pdf], 15.4.2007.
 17. Spletne strani in javno dostopni podatki o delovanju Arnesa.
[URL: <http://www.arnes.si/arnes1.htm>], 15.4.2007.
 18. Spletne strani in javno dostopni podatki urada RS za intelektualno lastnino.
[URL: http://www.uil-sipo.si/uploads/media/uil_o-intelektualni-lastnini_01.doc], 21.2.2007.
 19. Spletne strani in javno dostopni podatki podjetja Creatoor, d.o.o.
[URL: <http://www.creatoor.com/clanki/209/>], 15.4.2007.
 20. Spletna stran Domenca.com o registriranju domen.
[URL: http://support.domenca.com/index.php?lang=slo&show=qa&category_id=6&faq_id=7], 21.3.2007.
 21. Spletne strani in javno dostopni podatki o mirnem reševanju sporov – Mediacija.
[URL: <http://www.mediacija.si/index.php?f=0&i=400/>], 21.3.2007.
 22. Spletne strani in javno dostopni podatki Slonic.
[URL: <http://www.slonic.net/slo/index.php?option=articles&Itemid=3&topid=0>], 21.3.2007.

23. Spletni portal Krtača. Internetna vladavina in ukrotitev kiber prostora.
[URL: <http://www.krtaca.si/indeks-humanistike/recenzije/upravljanje-root-a-i/>], 9.3.2007.
24. Spletne strani in javno dostopni podatki organizacije ICANN.
[URL: <http://www.icann.org/general/>], 9.3.2007.
25. Spletne strani in javno dostopni podatki o zgodovini urada Republike Slovenije za intelektualno lastnino.
[URL: <http://www.uil-sipo.si/index.php?id=73>], 10.3.2007.
26. Osnove Unixa in Interneta.
[URL: <http://www.ibiblio.org/pub/Linux/docs/HOWTO/translations/sl/pdf/Unix-and-Internet-Fundamentals-HOWTO-sl.pdf>], 2001.
27. Spletne strani in javno dostopni podatki Arnesove statistike.
[URL: <http://www.arnes.si/domene/statistika.shtml#leto>], 20.3.2007.
28. Stalna arbitraža pri Gospodarski zbornici Slovenije.
[URL: <http://www.sloarbitration.org/uvod/uvod.html>], 25.4.2007.
29. Summary of the Berne Convention for the Protection of the Literary and Artistic Works.
[URL: http://www.wipo.int/treaties/en/ip/berne/summary_berne.html], 1998.
30. Summary of the Paris Convention for the Protection of Industrial Property.
[URL: http://www.wipo.int/treaties/en/ip/paris/trtdocs_wo020.html], 1998.
31. WIPO Intellectual Property Handbook: Policy, Law and Use.
[URL: <http://books.google.com/books?id=YmUdjzSB234C&printsec=frontcover&dq=WIPO,+Intellectual+Property+Handbook&psp=1#PPP1,M1>], 2001.
32. WIPO Internet domain name disputes: questions and answers.
[URL: http://www.wipo.int/about-ip/en/studies/publications/domain_names.html], 2001.
33. WIPO Statistika.
[URL: <http://www.wipo.int/amc/en/domains/statistics>], 1.6.2007.
34. WIPO primer domenskega spora BNP Paribas.
[URL: <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2007/d2007-0091.html>], 9.3.2007.
35. WIPO primer domenskega spora Swarovski.
[URL: <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2006/d2006-0148.html>], 9.3.2007.
36. WIPO primer domenskega spora Rolls-Royce.
[URL: <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2006/d2006-0152.html>], 9.3.2007.

PRILOGE

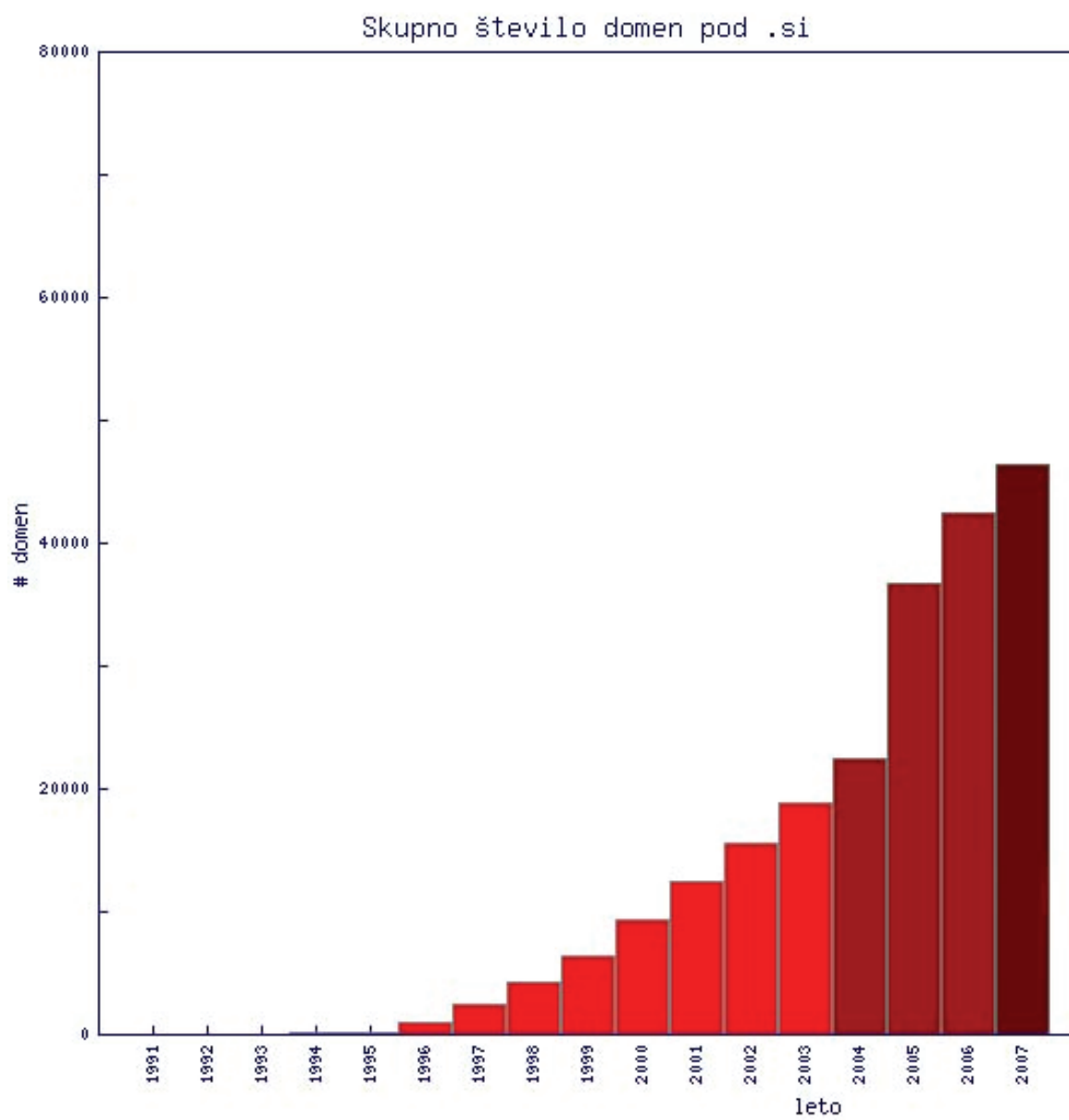
Priloga 1: Spisek registrarjev v Republiki Sloveniji	2
Priloga 2: Skupno število registriranih domen pod .si	3
Priloga 3: Letni prirast registriranih domen v Sloveniji v letu 2006.....	4
Priloga 4: Prikaz mesečnega števila registriranih domen pod .si v letu 2006	5
Priloga 5: Cenik Arnesovih storitev, ki jih zaračunava registrarjem, v letu 2006.....	6
Priloga 6: Prikaz poteka postopka Alternativnega reševanja domenskih sporov.....	7
Priloga 7: Število sporov in povp. število spornih domenskih imen na posamezen primer.....	8
Priloga 8: Področja prisotnosti primerov domenskih sporov	9
Priloga 9: Prikaz narave in namena generičnih vrhnjih domen (gTLD)	10
Priloga 10: Število domenskih sporov vrhnjih generičnih domen skozi leta	11
Priloga 11: Pogostost jezikov v primerih domenskih sporov	12
Priloga 12: Prikaz najpogostejših vlog domenskih sporov po državah.....	13
Priloga 13: Prikaz narave evropskih državnih vrhnjih domen (ccTLD)	14
Priloga 14: Seznam tujih kratic in izrazov	15
Priloga 15: Primer odločitve razsodišča v primeru ARDS »cisco.si«.....	16

Priloga 1: Spisek registrarjev v Republiki Sloveniji

- 1A INTERNET d.o.o.
- 3 LAN, d.o.o. M.Sobota
- 3NET d.o.o.
- AFEKT.NET
- Alarix d.o.o.
- ALPO ART d.o.o.
- Amadej d.o.o.
- Amis
- AMIX
- AOI računalniške rešitve d.o.o.
- Arctur spletne rešitve
- ASPect | REGI.SI
- Astec d.o.o.
- ATACO sistemi
- AV studio, d.o.o.
- Bluenet internet storitve
- BuyITC inovativne internet rešitve d.o.o.
- BzZZZ, Toplak in partnerji, d.n.o.
- CARPEDIEM d.o.o.
- COBIT d.o.o.
- COMTRON d.o.o. napredna računalniška tehnologija
- CREATIV, d.o.o.
- CRiS
- DATACENTER d.o.o.
- DE.TEL
- DOKUMENTARNA d.o.o.
- Dom domen
- DOMENAR.net
- Domenca d.o.o.
- domene.si
- Domenko.si
- Domovanje.com
- Dspot
- EASYDOMENA
- eCTRL d.o.o.
- Editor d.o.o.
- email.si
- Enostavno d.o.o.
- FrontLab d.o.o.
- G-Server računalniški inženiring
- GIGASPARK
- Hal interactive
- Hehe d.o.o.
- Hipergo d.o.o.
- HITROST.com
internetne storitve
- Ideja Plus, d.o.o.
- iNeta d.o.o.
- Inetia.com
- INFOBIA
- Infonet Media d.d.
- Infonova /
REGISTRIRAJ.SI /
DOMAINS.SI
- Integrator d.o.o.
- INTERA d.o.o.
- Internetne storitve
WebiCom
- ISG d.o.o.
- ITEM d.o.o.
- JASICO d.o.o.
- KABI d.o.o.
- KISS
- Kivi Com d.o.o.
- Koc Informacijske
Tehnologije
- KOPJE D.O.O. družba
za inf. in storitve
- MADISON systems
d.o.o.
- Magentis d.o.o.
- MARK-INVENTA
d.o.o.
- METALING d.o.o. -
MEGASPLET.net
- MG Pro Line d.o.o.
- Ministrstvo za javno
upravo -DEUP
- MKZ, d.d.
- MODRO NEBO
- MOJSVET.NET
- MR2 RAČUNALNIKI
- MRAK
- MW d.o.o.
- N3 d.o.o.
- Netinet d.o.o.
- Netis d.o.o.
- Nevron d.o.o.
- Obrtna zbornica Slovenije
- PATMARK d.o.o.
- PEGASUS web & graphic
design
- Perftech, d.o.o., Bled
- PETROV&PETROV
d.o.o.
- PILCOM d.o.o.
- PowerCom d.o.o.
- REDOX d.o.o. Portorož
- Renderspace d.o.o.
- SGN d.o.o.
- Simetric d.o.o.
- SINFONIKA d.d.
- SiOL, d.o.o.
- SLOhosting.com
- Slomarketing.com
- Softnet d.o.o.
- spletnaPOSTAJA
- Studio Astera, d.o.o.
- Suma projekt d.o.o.
- Svarog
- T-media d.o.o.
- Takedomain.net
- TELEMACH
- TELPROM informacijske
tehnologije, d.o.o.
- TREF d.o.o.
- TRIERA INTERNET
- tvoj SI
- VOLJATEL
telekomunikacije d.d.
- WEBS d.o.o.
- Webteh, d.o.o.
- XENYA d.o.o.
- Zabec.net
- Zupo d.o.o.

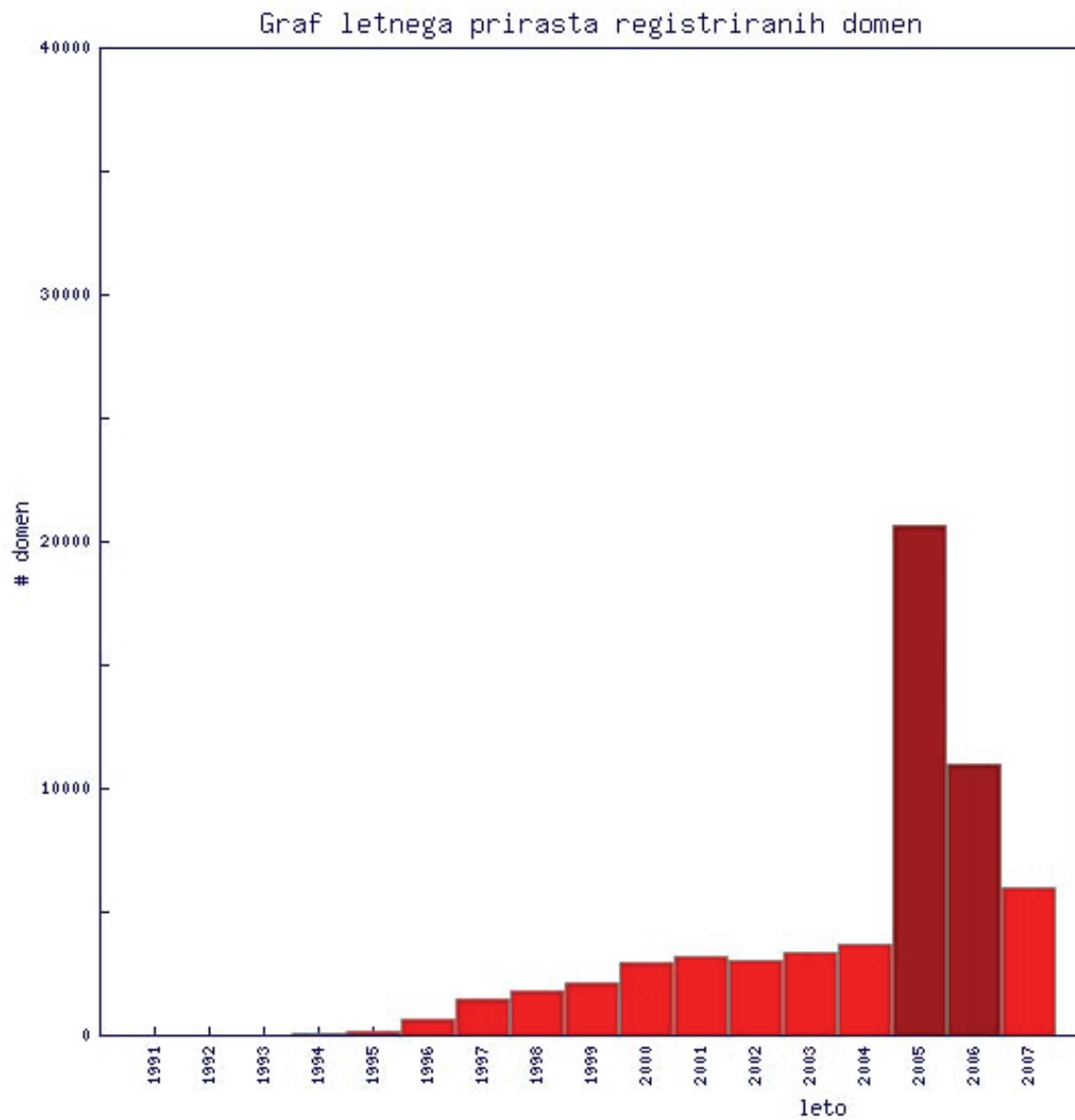
Vir: Arnesove spletne strani in javno dostopni podatki spiska registrarjev, 2007.

Priloga 2: Skupno število registriranih domen pod .si



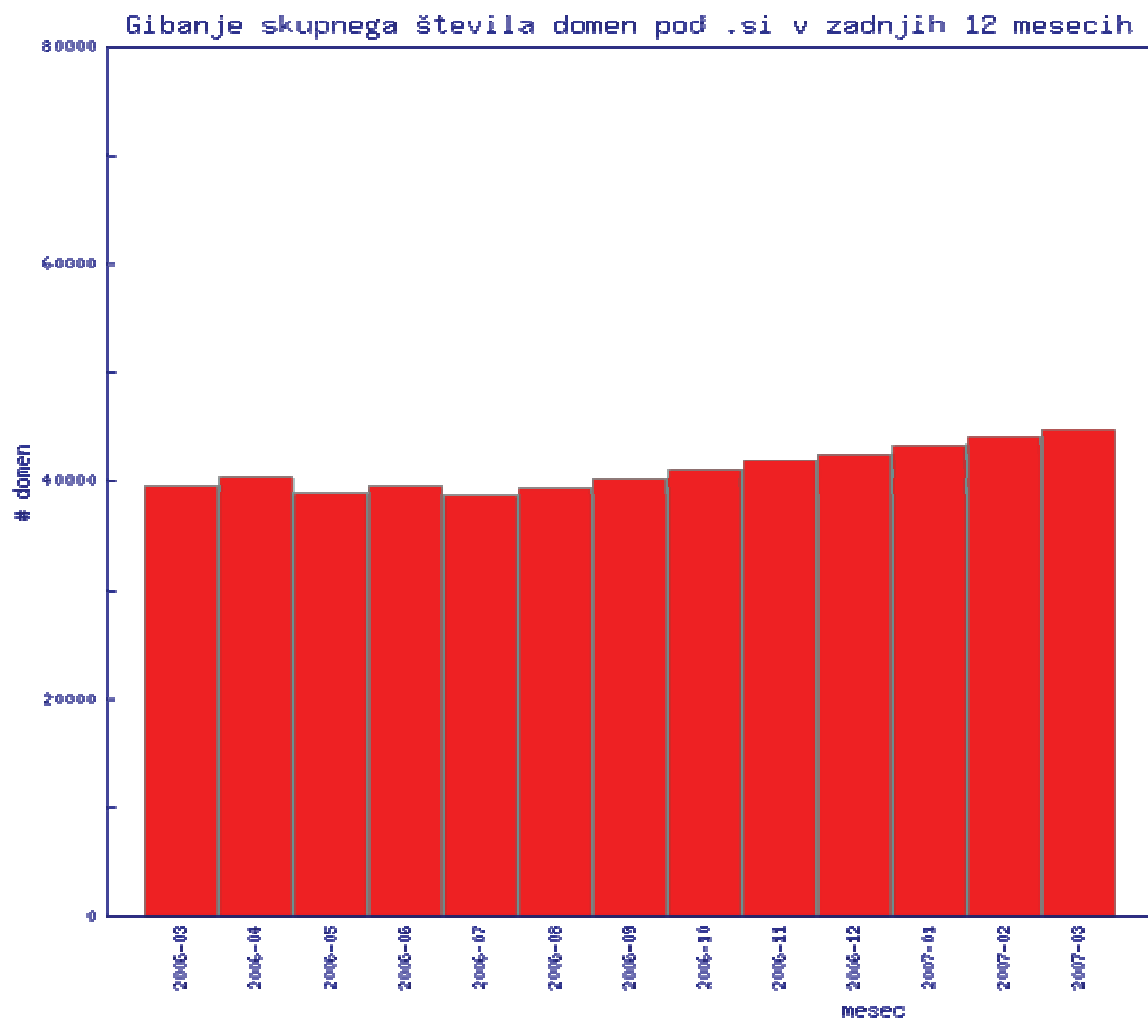
Vir: Spletne strani in javno dostopni podatki Arnesove statistike, 2007.

Priloga 3: Letni prirast registriranih domen v Sloveniji v letu 2006



Vir: Spletne strani in javno dostopni podatki Arnesove statistike, 2007.

Priloga 4: Prikaz mesečnega števila registriranih domen pod .si v letu 2006



Vir: Spletne strani in javno dostopni podatki Arnesove statistike, 2007.

Priloga 5: Cenik Arnesovih storitev, ki jih zaračunava registrarjem, v letu 2006

Cenik storitev, ki jih Arnes zaračunava registrarjem od 01.12.2005:

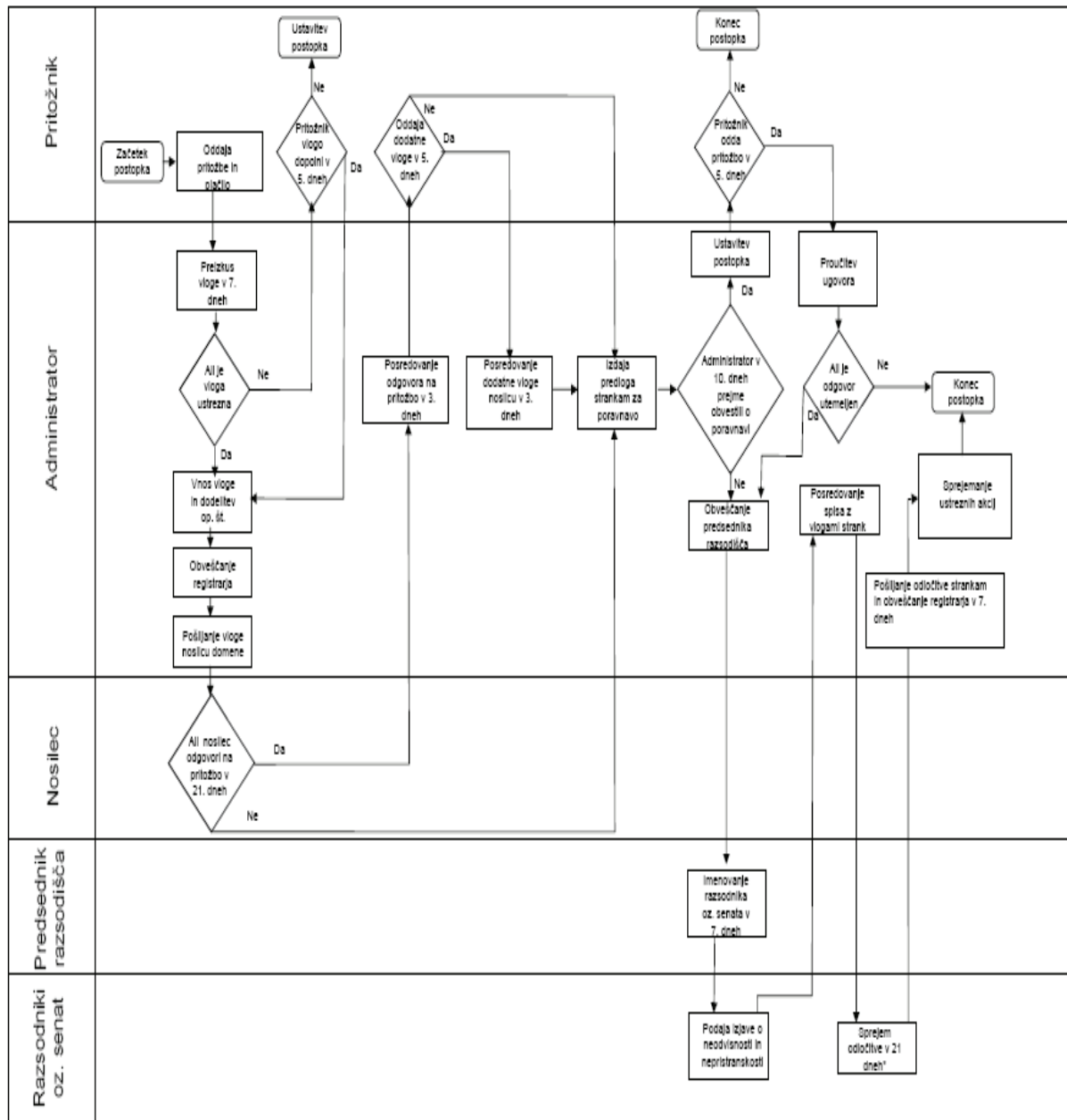
REGISTRACIJA DOMENE POD .SI	
(vključno z letno vzdrževalnino za prvo leto)	2.400 SIT (10,015 EUR)
Letna vzdrževalnina	2.400 SIT (10,015 EUR)
Prenos domene po točki 10.3 Splošnih pogojev za registracijo domen	500 SIT (2,086 EUR)

V ceni ni vključen DDV.

Cene so preračunane po centralnem paritetnem tečaju (1 evro = 239,640 tolarja)

Vir: Arnesove spletne strani in javno dostopni podatki o formularjih, 2007.

Priloga 6: Prikaz poteka postopka Alternativnega reševanja domenskih sporov



Vir: Shematski prikaz postopka ARDS pri Arnesu , 2007.

Priloga 7: Število sporov in povp. število spornih domenskih imen na posamezen primer

Leto	Število primerov	Povprečno število domen na posamezen primer
1999	1	1.00
2000	1857	2.02
2001	1557	1.58
2002	1207	1.69
2003	1100	1.61
2004	1176	2.21
2005	1456	2.27
2006	1824	1.54
2007*	796	1.81

*podatki niso popolni

Vir: WIPO Statistika, 2007.

Priloga 8: Področja prisotnosti primerov domenskih sporov

Kategorija	Delež primerov
Internet in IT	9.64%
Bančništvo in finance	9.49%
Biotehnologija in farmacija	9.41%
Razvedrilo	7.84%
Trgovina na drobno	7.63%
Hrana in pijača	7.36%
Mediji in založbe	6.85%
Turizem, Hoteli	6.31%
Moda	6.25%
Telefonija	5.73%
Avtomobili	5.13%
Elektronika	4.55%
Težka industrija	3.33%
Transport	3.17%
Šport	2.98%
Luksuzno blago	2.01%
Zavarovanje	1.72%
Ostali	0.60%

Vir: WIPO Statistika, 2007.

Priloga 9: Prikaz narave in namena generičnih vrhnjih domen (gTLD)

TLD	Narava	Uporabniki	Skrbniki
.aero	Sponsoriran	Letalska industrija	Société internationale de télécommunications aéronautiques, SC (SITA)
.biz	Nesponsoriran	Poslovni subjekti	NeuLevel, Inc.
.coop	Sponsoriran	Zadruga	National Cooperative Business Association (NCBA)
.info	Nesponsoriran	Vsi	Afilias, LLC
.museum	Sponsoriran	Muzeji	Museum Domain Management Association (MuseDoma)
.name	Nesponsoriran	Fizične osebe	Global Name Registry Ltd.
.pro	Nesponsoriran	Profesionalni uslužbenci	RegistryPro Ltd.

Vir: Report of the Second WIPO Internet Domain Name Process, 2001.

Priloga 10: Število domenskih sporov vrhnjih generičnih domen skozi leta

LETO	A E R O	B I Z	C A T	C O M	C O O P	E D U	I N F O	M O B I	M U S E U M	N A M E	N E T	O R G	P R O	T R A V E L
1999	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2000	0	0	0	2695	0	1	0	0	0	0	649	394	0	0
2001	0	2	0	1865	0	0	16	0	0	0	334	185	0	0
2002	0	74	0	1456	0	0	115	0	0	0	234	123	0	0
2003	0	33	0	1376	0	0	50	0	0	0	175	84	0	0
2004	1	90	0	2103	0	0	59	0	0	1	156	87	0	0
2005	0	50	0	2652	0	0	83	0	0	1	230	157	0	0
2006	0	28	0	2139	0	0	78	13	0	4	203	137	0	3
2007*	0	16	1	1030	0	0	78	21	0	1	124	87	0	0
Skupno	1	293	1	15317	0	1	479	34	0	7	2105	1254	0	3

*podatki niso popolni

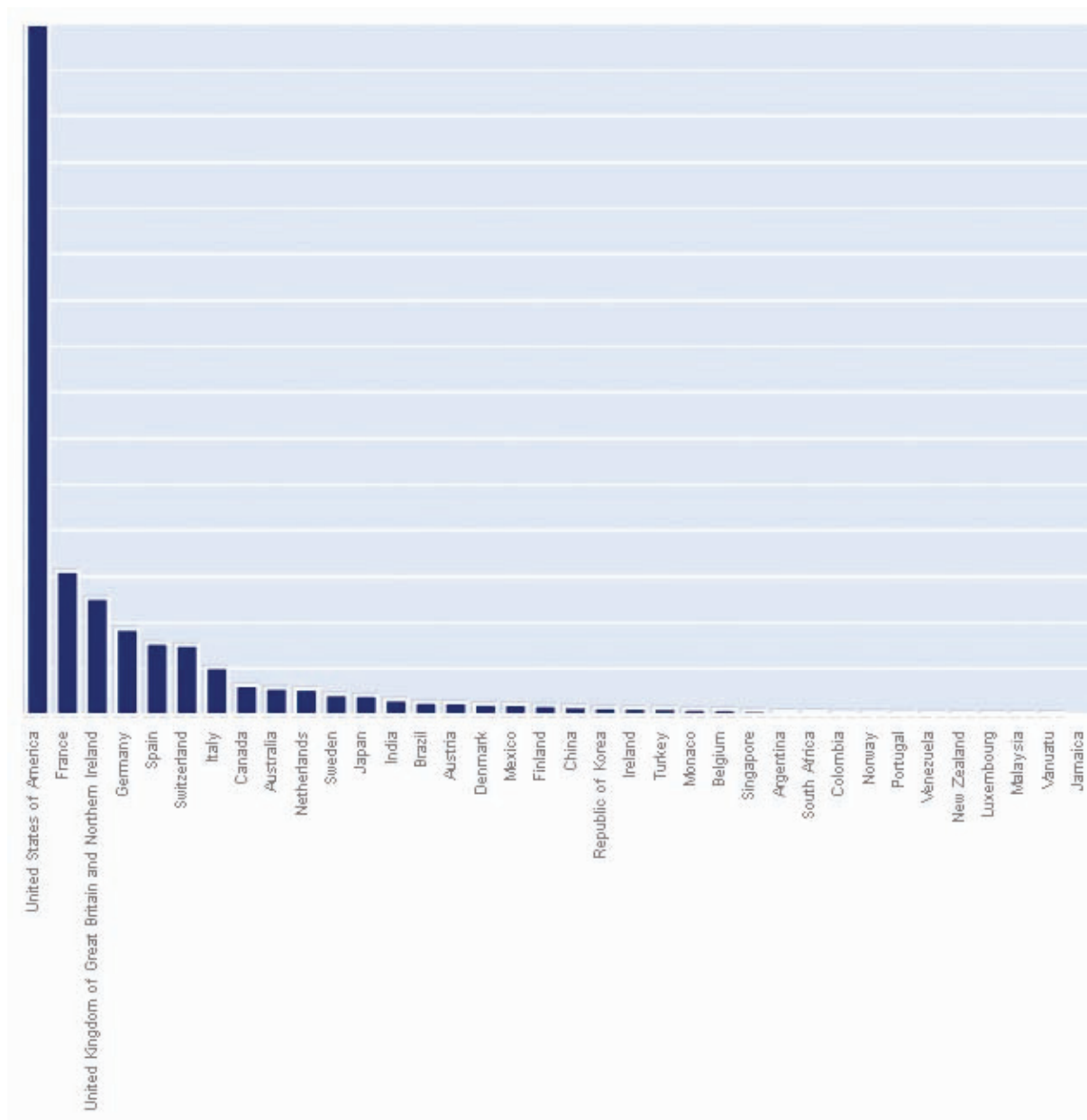
Vir: WIPO Statistika, 2007.

Priloga 11: Pogostost jezikov v primerih domenskih sporov

YEAR	CHINESE	DANISH	DUTCH	ENGLISH	FRENCH	GERMAN	
1999	0	0	0	1	0	0	
2000	0	0	0	1854	0	0	
2001	7	0	0	1455	13	1	
2002	6	0	0	1034	22	12	
2003	4	0	0	988	14	10	
2004	8	0	0	1026	27	29	
2005	2	0	0	1293	51	28	
2006	12	2	1	1625	44	26	
2007	9	0	1	810	41	7	
Total	48	2	2	10086	212	113	
YEAR	ITALIAN	JAPANESE	KOREAN	NORWEGIAN	PORTUGUESE	RUSSIAN	SPANISH
1999	0	0	0	0	0	0	0
2000	0	1	2	0	0	0	0
2001	0	3	34	1	2	0	41
2002	1	1	64	0	0	1	66
2003	8	0	36	0	0	3	37
2004	7	1	25	0	1	2	50
2005	4	0	31	0	0	2	45
2006	0	2	21	0	1	0	90
2007	1	2	4	0	1	0	33
Total	21	10	217	1	5	8	362

Vir: WIPO Statistika, 2007.

Priloga 12: Prikaz najpogostejših vlog domenskih sporov po državah



Vir: WIPO Statistika, 2007.

Priloga 13: Prikaz narave evropskih državnih vrhnjih domen (ccTLD)

	Domain	Country	Restrictions
	<input type="checkbox"/> .eu	Europe	restricted
	<input type="checkbox"/> .am	Armenia	unrestricted
	<input type="checkbox"/> .at	Austria	unrestricted
	<input type="checkbox"/> .be	Belgium	unrestricted
	<input type="checkbox"/> .by	Belarus	unrestricted
	<input type="checkbox"/> co.ee	Estonia	unrestricted
	<input type="checkbox"/> .ch	Switzerland	unrestricted
	<input type="checkbox"/> .co.uk	United Kingdom	unrestricted
	<input type="checkbox"/> .es	Spain	unrestricted
	<input type="checkbox"/> .cz	Czech Republic	unrestricted
	<input type="checkbox"/> .de	Germany	restricted
	<input type="checkbox"/> .dk	Denmark	unrestricted
	<input type="checkbox"/> .fr	France	restricted
	<input type="checkbox"/> .fi	Finland	unrestricted
	<input type="checkbox"/> .gr	Greece	unrestricted
	<input type="checkbox"/> .hu	Hungary	unrestricted
	<input type="checkbox"/> .it	Italy	restricted
	<input type="checkbox"/> .lv	Latvia	unrestricted
	<input type="checkbox"/> .li	Liechtenstein	unrestricted
	<input type="checkbox"/> .lt	Lithuania	unrestricted
	<input type="checkbox"/> .lu	Luxembourg	unrestricted
	<input type="checkbox"/> .com.mt	Malta	unrestricted
	<input type="checkbox"/> .md	Moldova	unrestricted
	<input type="checkbox"/> .nl	Netherlands	unrestricted
	<input type="checkbox"/> .no	Norway	unrestricted
	<input type="checkbox"/> .pl	Poland	unrestricted
	<input type="checkbox"/> com.pt	Portugal	unrestricted
	<input type="checkbox"/> .ro	Romania	unrestricted
	<input type="checkbox"/> .ru	Russia	unrestricted
	<input type="checkbox"/> .sk	Slovakia	unrestricted
	<input type="checkbox"/> .se	Sweden	restricted
	<input type="checkbox"/> .com.ua	Ukraine	unrestricted
	<input type="checkbox"/> .gs	Georgia	unrestricted

Vir: Europe Registry .EU.

Priloga 14: Seznam tujih kratic in izrazov

WIPO	angl. World Intellectual Property Organization	Svetovna organizacija za intelektualno lastnino
GATT	angl. General Agreement on Tariffs and Trade	Splošni sporazum o carini in trgovini
WTO	angl. World Trade Organisation	Svetovna trgovinska organizacija
TRIPS	angl. Trade Related Intellectual Property Rights	Sporazum mednarodne trgovine na področju intelektualne lastnine
ICANN	angl. Internet Corporation for Assigned Names and Numbers	Internetna korporacija za dodeljevanje internetnih števil
IANA	angl. Internet Assigned Numbers Authority	Organizacija, ki skrbi za številke internetnih protokolov
UDRP	angl. Uniform Dispute Resolution Policy	Enotni postopek za reševanje sporov
DNRC	angl. Domain Name Resolution Centre of the China International Economic and Trade Arbitration Commission (CIETAC)	Arbitražno telo, ki se prav tako ukvarja z domenskimi spori, le da deluje v Ljudski Republiki Kitajski.
IP	angl. Internet Protocol	Številke internetnih protokolov
DNS	angl. Domain name system	Sistem domenskih imen
EURid	angl. The European Registry of Internet Domain Names	Pooblaščen register za domeno .eu
g TLD	angl. Generic Top-Level Domain.	Generične vrhnje domene
cc TLD	angl. Country Code Top Level Domain	Državne vrhnje domene
BIND	angl. Berkeley Internet Name Domain.	Programski paket za upravljanje s strežniki
CYBERSQUATTER	Namerni kršitelj, ki z namenom materialnega okoriščenja registrira domeno, ki jo nato bodisi prodaja ali pa le izsiljuje poslovne in fizične subjekte (angl - squatter [skwo't*] – čepeča oseba; naseljenec na zemlji, za katero nima zakonite pravice).	
TYPOSQUATTER	Namerni kršitelj, ki z namenom materialnega okoriščenja registrira domeno, ki je zamenljivo podobna originalni besedi znane znamke, s tem da zamenja vrstni red nekaterih črk v sporni besedi.	
WHOIS	Vmesnik oziroma spletna stran, prek katere preverjamo obstoj želenih domen.	

Vir: Lasten vir.

Priloga 15: Primer odločitve razsodišča v primeru ARDS »cisco.si«

**RAZSODIŠČE ZA ALTERNATIVNO REŠEVANJE
DOMENSKIH SPOROV ZA VRHNJO DOMENO .SI**

**ODLOČITEV RAZSODIŠČA
V PRIMERU ARDS 2005/6 – »cisco.si«**

1. STRANKI

Pritožnik: CISCO Systems Management, b.v., Podružnica Ljubljana, Dunajska cesta 156, Ljubljana, ki ga zastopa PARSEK, informacijske tehnologije, d.o.o., Cesta Ljubljanske brigade 21, Ljubljana (v nadaljevanju pritožnik)

Nosilec domene: IDEJA PLUS, d.o.o., Prešernova cesta 16, 4270 Jesenice (v nadaljevanju nosilec domene)

2. DOMENSKO IME IN REGISTRAR

Domensko ime: cisco.si, ki je registrirano pri IDEJA PLUS, d.o.o., Jesenice (v nadaljevanju registrar)

3. POTEK POSTOPKA

Pritožnik je dne 14. 9. 2005 preko ARNES-ove administrativne službe, ki zagotavlja podporo za delo razsodišča (v nadaljevanju administrator), v skladu z določbama 6.1 in 6.2 Pravil postopka alternativnega reševanja domenskih sporov pod vrhno domeno .si (v nadaljevanju Pravila postopka ARDS), ki so del Splošnih pogojev za registracijo domen pod vrhno domeno .si (v nadaljevanju Splošni pogoji), na razsodišče vložil pritožbo, s katero zahteva naj razsodišče dne 4. 4. 2005 registrirano domeno cisco.si prenese na pritožnika. Administrator je v skladu z določbo 6.8 Pravil postopka ARDS dne 15. 9. 2005 ugotovil, da je pritožba popolna in jo po elektronski pošti in s priporočeno pošiljko poslal nosilcu domene. Ker sta nosilec domene in registrar ista oseba, je z vročitvijo pritožbe administrator v skladu z določbo 6.9 Pravil postopka ARDS obvestil tudi registrarja. Dne 15. 9. 2005 je administrator pritožnika obvestil, da je ARNES sporno domeno blokiral. V skladu z določbama 7.1 in 7.2 Pravil o postopku ARDS je nosilec domene dne 30. 9. 2005 posredoval administratorju odgovoril na pritožbo, ki ga je ta še istega dne poslal pritožniku. Iz listinske dokumentacije izhaja, da je bil odgovor pritožniku vročen dne 5. 10. 2005. Dne 10. 10. 2005 je pritožnik v skladu z določbo 8.1 Pravil postopka ARDS preko administratorja na razsodišče vložil dodatno vlogo, ki jo je administrator v skladu z določbo 8.4 Pravil postopka ARDS še istega dne posredoval nosilcu domene. Dne 11. 10. 2005 je administrator v skladu z določbo 11. 1 Pravil postopka ARDS obema strankama v postopku poslal predlog naj se, če je to mogoče, poravnata. Iz listinske dokumentacije v spisu izhaja, da je pritožnik predlog prejel dne 12. 10. 2005, nosilec domene pa dne 13. 10. 2005. Desetdnevni rok za poravnavo, določen v skladu s Pravili postopka ARDS je dne 25. 10. 2005 neuspešno potekel, zato je administrator v skladu z določbo 12. 2 Pravil postopka ARDS še istega dne o tem obvestil predsednika razsodišča, ki je za edinega razsodnika v postopku imenoval doc. dr. Branka Koržeta (v nadaljevanju razsodnik). V skladu z določbo 12.3 člena Pravil postopka ARDS je razsodnik dne 28. 10. 2005 podal izjavo o neodvisnosti in nepristanskosti, administrator pa je istega dne obvestilo o izjavi posredoval strankama v postopku. V skladu z določbo 13.1 Pravil postopka ARDS je administrator razsodniku dne 2. 11. 2005 predal spis s prilogami strank. Po pregledu spisa je

razsodnik s posredovanjem administratorja dne 16. 11. 2005 pozval pritožnika k pojasnilu, s kakšnim imenom nastopa v pravnem prometu in ali ima pritožnik v Republiki Sloveniji registrirano storitveno ali blagovno znamko, ki je enaka ali podobna domenskemu imenu. Pritožnik je na poziv odgovoril in razsodnik je dne 21. 11. 2005 prejel kopijo izpisa iz poslovnega registra AJPES, s pojasnilom pritožnika, da pritožnik v pravnem prometu nastopa kot glavna podružnica tujega poslovnega subjekta ter izpis iz podatkovne baze Urada RS za intelektualno lastnino o registrirani blagovni znamki. Administrator je na poziv razsodnika v skladu z določbo 13. 4 Pravil postopka ARDS razsodniku istega dne posredoval podatke, iz katerih je razvidno, da je registrar oziroma nosilec domene pod gornjo domeno .si dne 4. 4. 2005 registriral 16 domen, pozneje pa še dve.

4. NAVEDBE STRANK IN NJIHOVE ZAHTEVE

4. 1. Navedbe pritožnika v pritožbi

Pritožnik navaja, da je nosilec domene dne 4. 4. 2005, ko se je sprostil trg z domenami, registriral sporno domeno cisco.si, na katero je dva dni pozneje umestil internetno stran s sliko ribe. Domena naj bi bila registrirana z vsebino, ki sicer nima nobene povezave s pritožnikovim predmetom poslovanja, bila naj bi zavajajoča in naj bi na pritožnika metala slabo luč. Pritožnik sklepa, da naj bi bil nosilec sporno domeno registriral načrtno in celo iz koristoljubja. Predlaga, naj razsodišče ugotovi njegovi zahtevi ter odloči, da se domena cisco.si iz nosilca domene prenese nanj.

4. 2. Nosilec domene v odgovoru navaja

Nosilec domene v odgovoru na pritožbo navaja, da je sporno domeno registriral z namenom postavitve manjšega portala, namenjenega ribi coregonus artedii, ki naj bi bila splošno znana pod imenom cisco. Razlog za njeno izbiro naj bi bile ribiške in gurmanske izkušnje družbenika in direktorja nosilca domene gospoda Boštjana Potočnika. Razlog, da se pri registraciji ni odločil za izvirno ime navedene ribe, naj bi bil v njegovi zapletenosti. Navaja, da naj bi domeno uporabljal v nekomercialne namene, brez dobičkonosnega, zavajajočega namena, naslovljenega na potrošnike in brez namena škodovati imenu nosilcev znamk. Vsebina na spletni strani naj bi bila povezana s samim imenom domene. Meni, da pritožnik ob sprostitvi trga z domenami sporne domene ni registriral, zato je menil, da za registracijo ni imel potrebe. Pripominja še, da ga je pritožnik maja in junija 2005 poklical po telefonu in ga obvestil, da želi pridobiti domeno cisco.si. Pritožnika naj bi obakrat pozval, naj mu poda ponudbo za njen prevzem, kar pa naj bi pritožnik ne storil. Nosilec navaja, da je sporno domeno še vedno pripravljen odstopiti pritožniku, vendar ne brezplačno, saj naj bi bil v razvoj portala, ki je po njegovih navedbah v zaključni fazi, vložil določena sredstva.

4. 3. Navedbe pritožnika v dodatni vlogi

Z dodatno vlogo z dne 29. 9. 2005 je pritožnik svoje navedbe iz pritožbe dopolnil in odgovoril na posamezne navedbe nosilca domene v odgovoru. Navaja, da nosilec domene za svoje trditve o namenu postavitve portala ni predložil nobenih dokazov. Navaja, da osebni hobi družbenika in direktorja nosilca domene z eksotično podvrstjo lososa iz Severne Amerike, nima z njegovo dejavnostjo nobene zveze in da zato njegova komercialna dejavnost pod tako domeno ne more biti splošno znana. Izbira sporne domene je po mnenju pritožnika neobičajna. Navaja, da je tipologija zapisa zelo podobna logotipu pritožnika in pritožnikove

poslovne stranke zavaja in s tem vpliva na njegov ugled ter na splošno uveljavljeno in poznano blagovno znamke cisco. Domena naj bi nadalje omogočala tudi zlorabo zaupnih podatkov. To naj bi potrjeval odziv strežnika nosilca domene na poskusne nalove kot so tac@cisco.si, abuse@cisco.si in mjurca@cisco.si. Strežnik naj bi bil naslove sprejel z odgovorom 250 accept, medtem ko pa nobenega ni zavnil. Pritožnik meni, da je nosilec domene sporno domeno cisco.si registriral zaradi prodaje pritožniku in torej iz koristoljubnih namenov. Svojo trditev utemeljuje z navedbo, da registracija nima ljubiteljskega značaja in da nosilec domene koncepta domnevnega portala sploh ni razkril. Odstop domene pritožniku naj bi bil nosilec domene vztrajno pogojeval z materialnimi koristmi, ki so občutno presegale strošek registracije in vzdrževanja domene. S ponudbo za odplačni odstrop naj bi se bil večkrat obmil na pritožnika, ki se je s prevzemom strinjal, pri čemer pa mu je bil pripravljen poravnati le stroške registracije in vzdrževanja, medtem ko pa naj nosilec domene brez ekonomskih koristi, ki so presegale strošek registracije in vzdrževanja, domene ne bil pripravljen odstopiti. Na podlagi navedenega pritožnik smiselno navaja, da nosilec domene domene ni registriral v dobri veri.

5. POGOJI ZA SPROŽITEV SPORA PRED RAZSODIŠČEM

Na podlagi določbe 16.2.1 Splošnih pogojev lahko tretja oseba, ki zatrjuje, da registrirana domena krši njeno pravico, sproži postopek pred razsodiščem pri administratorju, če so kumulativno izpolnjeni naslednji trije pogoji:

- da je domena nosilca zamenljiva ali identično podobna njeni znamki, veljavni na območju RS, ali firmi, kot izhaja iz sodnega registra v RS, krši njeno pravico po pravu RS, registrirano geografsko označbo, do katere je upravičena na območju RS, ali da posega v njene pravice na osebem imenu po pravu RS, ali drugo njeno pravico, ki je priznana v pravnem redu RS,
- da nosilec nima upravičenja ali pravno priznanega interesa glede domene in
- da je domena registrirana ali se uporablja v slabi veri.

6. IZVEDBA DOKAZOV IN UGOTOVITEV DEJANSKEGA STANJA

Razsodnik je v pisnem postopku izvedel dokaze z vpogledom v vloge strank, v izpisek iz sodnega registra Okrožnega sodišča v Ljubljani o vpisu pritožnika z dne 31. 8. 2004 (list. št. 6), spletno stan www.cisco.si (list. št. 9), potrdilo ARNES o številu registriranih domen nosilca domene z dne 21. 11. 2005 (list. št. 15), pojasnila pritožnika na poziv razsodnika z dne 21. 11. 2005 s prilogama (list. št. 16) – izpiskom iz poslovnega registra Slovenije (list. št. 17) in izpiskom iz baze Urada za intelektualno lastnino z dne 21. 11. 2005 (list. št. 18,19).

6.1. Ali je sporna domena zamenljiva oziroma identična z imenom ali znamko pritožnika

V zvezi s preizkusom prve predpostavke iz točke 16.2.1. Splošnih pogojev razsodnik na podlagi izpiska o registraciji pritožnika iz sodnega registra in izpiska iz poslovnega registra AJPES ugotavlja, da je pritožnik registriran pod imenom Cisco Systems Management B.V., Podružnica Ljubljana oziroma s skrajšanim imenom Cisco Systems, Podružnica Ljubljana. Iz izpiska Urada RS za varstvo intelektualne lastnine in pojasnila je nadalje razvidno, da ima pritožnik od 31. 8. 2004 registrirano blagovno znamko, katere varstvo je zagotovljeno do 13. 8. 2013. Razsodnik ocenjuje, da izraz cisco ni splošnega značaja, saj ni v splošni oziroma širši rabi, niti ni širši populaciji poznan. Nasprotno izraz cisco je specifičen in posebnega pomena

za izraz identitete določenega pravnega subjekta. Razsodnik zato meni, da je pomen tega pri ugotavljanju identitete določenega subjekta in možnost zamenjave subjektov med seboj treba presojati po strožjem merilu kot to velja za splošno znane in v vsakdanjem življenju uporabljene izraze. Razsodnik se je pri tem osredotočil na presojo vprašanja, v kakšni meri je sporna domena cisco.si podobna oziroma zamenljiva z imenom firme pritožnika oziroma z njegovo blagovno znamko. Cisco Systems Management B.V. oziroma skrajšano Cisco Systems, Podružnica Ljubljana se sicer le delno pokriva s sporno domeno, vendar pa je po oceni razsodnika običajno, da se domena, ki jo registrira določen pravni subjekt, praviloma sestoji le iz posameznega, najbolj značilnega dela imena firme, zato je po njegovi oceni ime pritožnikove firme, še posebej skrajšano v taki meri podobna domeni, da bi pri povprečen človek oziroma poslovni subjekt kot uporabnik spletnih strani lahko zmotno mislil, da pod domeno cisco.si nastopa pritožnik. Glede na ugotovljeno podobnost med sporno domeno in imenom firme pritožnika, ki lahko povzroči zamenjavo med pritožnikom in nosilcem domene, je izpolnjen pogoj iz prve alineje točke 16. 2. 1. Kljub temu pa razsodnik dodaja, da obstaja tudi podobnost med sporno domeno in pritožnikovo blagovno znamko, ki prav tako pomeni tako nevarnost zamenljivosti, ki bi lahko imela za posledico kršitev pritožnikovih pravic in pravnih interesov v pravnem prometu, kar še dodatno utrjuje obstoj navedenega pogoja.

6. 2. Upravičenost in pravno varovani interes nosilca do sporne domene

Na podlagi podatkov iz sodnega registra razsodnik ugotavlja, da nosilec domene ni registriran za opravljanje dejavnosti, ki bi bila kakor koli povezana z ribo vrste *coregonus artedii*, imenovanih skrajšano tudi cisco. Navedbo nosilca domene, da registracijo domene cisco oziroma njeno uporabo upravičuje ribiška izkušnost in gumanstvo družbenika in direktorja nosilca domene g. Boštjana Potočnika, razsodnik zavrača. Družbenik kot vlagatelj kapitala in družba kot nosilec domene sta dva povsem samostojna pravna subjekta, pravna sfera med družbo in družbenikom je povsem ločena, izražanje osebnih interesov družbenika pri izbiri domene, katere nosilec je družba, ni mogoče opravičiti niti skozi specifično povezanost personalnih in kapitalskih sestavin, ki jih skozi dispozitivne določbe pri urejanju notranjih razmerij zakonodajalec sicer do določene mere pri družbi z omejeno odgovornostjo dopušča. Uveljavljanje ciljev in interesov družbenika skozi družbo, ki jih sam kot fizična oseba ne bi mogla doseči (družbenik kot posameznik po 3 točki Splošnih pogojev ni upravičenec do domene pod .si), bi po določbi 6. člena Zakona o gospodarskih družbah (Uradni list RS, št. 30/93, 29/94, 82/94, 20/98, 84/98, 6/99, 45/01 in 59/01 – popr. 57/04, 139/04 in 15/05 - v nadaljevanju ZGD) pomenilo njeno zlorabo in bi privedlo do spregleda pravne osebnosti družbe.

Po določbi 449. člena ZGD je poslovodja pristojen, da na lastno odgovornost operativno vodi posle družbe in da družbo zastopa tako, da v skladu s sklepi skupščine udejanja legitimne interese družbe. Uveljavljanje svojih osebnih interesov pri vodenju in zastopanju družbe bi bilo v nasprotju s tako opredeljenimi njegovimi pristojnostmi, taka zloraba funkcije bi bila protipravna. Izbira oziroma registracija domene, v kateri bi se izražali osebni interesi poslovodje zato ne bi bili dopustni. Argument nosilca, da registracijo sporne domene upravičuje interes poslovodje zato ni sprejemljiv. Nosilec domene drugih argumentov, s katerimi bi opravičil registracijo sporne domene ali izkazal pravno priznani interes, ni navedel, razsodnik pa jih tudi ni našel, zato ocenjuje, da je izpolnjen tudi pogoj za sprožitev spora določen v drugi alineji določbe 16. 2. 1. Splošnih pogojev.

6.3. Ali je nosilec domeno registriral ali uporabil v slabi veri

Razsodnik na podlagi navedb pritožnika in nosilca domene v vlogah ugotavlja, da sta se stranki večkrat, po navedbah nosilca domene pa vsaj dvakrat, dogovarjala o sporazumnem prenosu sporne domene od nosilca na pritožnika. Iz navedb strank razsodnik zaključuje, da sta se obe stranki s prenosom strinjali, do prenosa pa ni prišlo, ker se nista mogli sporazumeti o ceni, za katero je bil nosilec domeno pripravljen odstopiti, pritožnik pridobljeno domeno plačati. Pritožnik v tej zvezi navaja, da je nosilec domene prenos pogojeval s plačilom cene, ki je presegala stroške registracije in vzdrževanja domene, ni pa dokazal, ali in za koliko je ta cena te stroške presegala. Dokaz o tem bi bil pri ugotavljanju v kakšni veri je nosilec registriral domeno sicer razsodniku v pomoč, ni pa glede na zgoraj navedeno nesporno dogovarjanje med strankama glede prenosa domene in glede na obstoj drugih dokazov in številnih okoliščin, za ugotovitev nosilčeve vere, ta neobhodno nujen. Da nosilec sporne domene ni registriral v dobri veri, ampak z namenom, da bi domeno po registraciji odplačno odstopiti in s prenosom oziroma "prodajo" zaslužil, razsodnik zaključuje iz verodostojne navedbe pritožnika, da bi bil za ceno registracije in vzdrževanja domeno od nosilca pripravljen domeno prevzeti. Taka trditev izhaja iz logičnega sklepanja, da bi v primeru, ko bi cena, ki jo je zahteval nosilec domene, ne presegla navedenih stroškov, pritožnik to prevzel in bi se izognil postopku pred razsodiščem ter plačilu pristojbine, ki jo je moral plačati po določbi 10.2 Pravil postopka ARDS za vložitev pritožbe. Stranki namreč ne zatrjujeta, da bi bili sprti, zato po oceni razsodnika razen visoke cene pritožnik ni imel prav nobenega drugega razloga, da bi se z nosilcem pogodil in se na ta način izognil sporu pred razsodiščem. Razsodnik verjame tudi navedbam pritožnika, da nosilec domene ni izdelal spletne strani, zaradi katere kot navaja naj bi bil registriral sporno domeno in verjame, da je domeno registriral z namenom prodaje. Tak zaključek izhaja tudi iz dejstva, da v postopku ni predložil nobenega dokaza o trditvi, da je že izdelal spletno stran, pa tudi računov ne, s katerimi bi bil izkazal, da so mu v zvezi z izdelavo nastali kakršnikoli stroški. Vse navedeno dokazuje, da je nosilec domene sporno domeno registriral z namenom, da bi jo odplačno odstopil oziroma "prodal" in si s tem pridobil premoženjsko korist. Registracija domene s takim namenom pa kaže, da je nosilec domene domeno cisco.si registriral v slabi veri in da je zato izpolnjen tudi tretji pogoj, ki pritožnika upravičuje k vložitvi pritožbe, določen v tretji alineji določbe 16. 2.1. Splošnih pogojev.

Iz gornje obrazložitve izhaja, da so kumulativno izpolnjeni vsi trije pogoji, ki jih določajo Splošni pogoji za začetek spora pred razsodiščem administratorja in za odločitev o zahtevku pritožnika, zato je razsodnik dne 24. 11. 2005 sprejel naslednjo:

ODLOČITEV:

Zahtevku pritožnika CISCO Systems Management, b.v., Podružnica Ljubljana, Dunajska cesta 156, Ljubljana se ugodi in se pravica do uporabe domene cisco.si nosilcu domene IDEJA PLUS, d.o.o., Prešernova cesta 16, 4270 Jesenice odvzame ter se prenese na pritožnika.

Razsodnik
doc. dr. Branko Korže, univ. dipl. iur.
V Ljubljani, dne 24. novembra 2005

Vir: Arnesov primer domenskega spora cisco.si, 2007.