

**ÚRSKURÐUR**  
**ÁFRÝJUNARNEFNDAR NEYTENDAMÁLA**

---

**MÁL NR. 6/2020**

Kæra Norðurhúsa á ákvörðun Neytendastofu nr. 58/2020 frá 9. nóvember 2020.

1. Þann 17. september 2021 er tekið fyrir mál áfrýjunarnefndar neytendamála nr. 6/2020: Kæra Norðurhúsa á ákvörðun Neytendastofu nr. 58/2020 frá 9. nóvember 2020. Í málinu úrskurða Halldóra Þorsteinsdóttir, Áslaug Árnadóttir og Gunnar Páll Baldvinsson.
2. Með kæru, dags. 6. desember 2020, hefur kærandi kært til áfrýjunarnefndar neytendamála þá ákvörðun Neytendastofu að ekki sé ástæða til aðgerða í tilefni af kvörtun kæranda vegna notkunar auðkennisins Norðurhús á Facebook-síðunni Norður Hús sem skráð sé á Magnús Garðarsson. Kærandi krefst þess aðallega „að hverjum þeim aðila sem notar auðkennið Norðurhús, þ. á m. á slóðinni [www.facebook.com/nordurhus](http://www.facebook.com/nordurhus), þá sérstaklega Magnúsi Garðarssyni og fyrirtækjum á hans vegum, verði bönnuð notkun firmaheitisins almennt og á framangreindum vefsíðum, bæði að heiti og að meginefni.“ Þá er þess krafist að Neytendastofu verði gert að beita þvingunarúrræðum til að framfylgja banninu. Til vara krefst kærandi þess að málinu verði vísað aftur til Neytendastofu til efnislegrar meðferðar.
3. Kæruheimild er í 2. mgr. 4. gr. laga nr. 62/2005 um Neytendastofu, sbr. 4. mgr. 4. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum.

**MÁLAVEXTIR**

4. Með bréfi lögmanns kæranda, dags. 8. mars 2020, barst Neytendastofu kvörtun vegna notkunar á auðkenninu Norðurhús á vefslóðinni [www.nordurhus.is](http://www.nordurhus.is) og Facebook síðunni Norðurhús. Í bréfinu segir að Jens R. Kane sé eigandi að kæranda, sem skráð hafi verið sem einkafirma árið 1999. Frá þeim degi hafi firmað verið notað við starfsemi er tengist innflutningi, heildsölu og dreifingu á vörum til smásala. Vörur sem kærandi flytji inn séu m.a. límefnavörur sem séu í smásölu í byggingarvöruverslunum. Nú hafi kærandi einnig hafið innflutning á vörum tengdri notkun á rafrettum. Allir reikningar vegna viðskipta kæranda hafi farið fram undir heitinu Norðurhús og hafi reikningsinnheimtu verið sinnt af hálfu Íslandsbanka hf. í nafni kæranda frá árinu 1999.
5. Á síðari hluta árs 2018 hafi kærandi fengið símtal þar sem ótilgreindur aðili óskaði eftir leyfi til notkunar á firmaheitinu Norðurhús. Beiðninni hafi verið synjað. Í janúarmánuði 2019 hafi kærandi kannað lénsskráningar sem hentuðu starfsemi firmans og þá tekið eftir að auðkennið Norðurhús hafi þegar verið í notkun á léninu [nordurhus.is](http://nordurhus.is) og Facebook síðunni Norðurhús.

Lögmaður kæranda hafi 21. febrúar 2019 sent bréf til Magnúsar Garðarssonar, sem virtist skráður fyrir umræddum síðum, og hafi hann staðfest að hann bæri ábyrgð á viðkomandi síðum og rekstrinum sem færi fram undir því nafni. Hafi verið skorað á Magnús að láta af notkun auðkennisins í kjölfarið. Það hafi hins vegar ekki gengið eftir. Ljóst sé að með notkun á firmanafni kæranda sé brotið gegn 15. gr. a. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu. Um brot gegn 1. málsl. greinarinnar sé að ræða þar sem firmanafn kæranda sé notað í vefsíðuheiti og sem heiti á Facebook síðu. Sú notkun sé orðrétt, þ.e. staf fyrir staf, að undanskildum íslenska stafnum „ú“ sem ekki sé hægt að nota í vefsíðuskráningum. Þó sé stafurinn „ú“ notaður í öllu meginefni umræddra síðna og því ljóst að Magnús sé að nota Norðurhús sem firmaheiti. Ekkert komi fram á síðunum sem aðskilji firmanafn kæranda frá heiti á rekstri hins brotlega.

6. Sú starfsemi sem fram fari á síðunum virðist vera í gegnum óskráð einkafirma, en ljóst sé að Magnús geti ekki fengið firmanafnið Norðurhús skráð hjá fyrirtækjaskrá Skattsins þar sem kærandi sé þegar skráður fyrir nafninu. Kærandi bendi á að 1. málsl. 15. gr. a. laga nr. 57/2005 kveði á um skilyrðislaust bann við slíkri notkun firmanafns og sé bannið ekki bundið við ruglingshættu eða önnur skilyrði. Þessu til viðbótar megi nefna að firmaheiti kennitöluskráðrar starfsemi sé grundvallartilgangur fyrir opinberri skráningu allra félaga. Ekki sé einungis verið að gefa starfseminni sérstaka kennitölu heldur einnig að finna skráningunni opinbert nafn sem öðrum aðilum sé þar af leiðandi ekki heimilt að nota. Annars væru félög ekki skráð með nöfn heldur einungis kennitölu.
7. Til vara vísi kærandi til 2. málsl. 15. gr. a. fyrrgreindra laga. Óhjákvæmilegt sé að nýting á firmanafninu Norðurhús muni fela í sér rugling eða möguleika á ruglingi gagnvart viðskiptaaðilum af þeirri ástæðu að um orðréttu nýtingu firmanafnsins sé að ræða. Ekkert annað komi fram í vefsíðuheitum eða í meginefni á vefsíðum hins brotlega aðila sem aðskilji firmanafn kæranda frá heiti á rekstri fyrrgreinds Magnúsar. Upplýsingarnar komi fram á vefsíðu sem sé fyrsta niðurstaða í Google-leitarvélinni og eins sé firmanafnið notað á Facebook sem sé einna stærsti og algengasti samfélagsmiðillinn. Um sé að ræða algengustu leiðir sem einstaklingar noti til þess að finna fyrirtæki eða upplýsingar um vörur, þjónustu og viðskiptaaðila. Bein og orðrétt nýting á firmanafni kæranda sé því bersýnilega til þess fallin að valda ruglingi á meðal þeirra sem leiti sér upplýsinga um starfsemi viðkomandi aðila.
8. Á heimasíðu Neytendastofu megi sjá ákvarðanir stofnunarinnar í ágreiningsmálum er varði auðkenni. Sem dæmi megi nefna ákvörðun nr. 4/2020 varðandi auðkennin „Heiturpottur.is“ og „Kaldurpottur.is“ og nr. 54/2016 varðandi „Super Jeep Drive“. Þar hafi verið uppi ágreiningur milli aðila um beitingu mismunandi auðkenna sem voru sambærileg en þó ekki alveg eins og því til þess fallin að valda ruglingi á meðal neytenda í skilningi 2. málsl. 15. gr. a. laga nr. 57/2005. Hér sé hins vegar um það að ræða að firmaheitið sé notað orðrétt. Kærandi bendi auk framangreinds á að hann hafi verið skráður á ja.is og áður í símaskrá undir núverandi firmanafni. Ekkert hindri Magnús í að nota annað heiti í rekstri sínum, t.d. Suðurhús. Notkun Magnúsar

komi í veg fyrir að kærandi noti firmaheiti sitt á almennum vettvangi. Kærandi hafi nú hafið innflutning á „Vape“ eða rafrettuvörum, svo sem vape-vökvum, og sé firmað komið langt í leyfisveitingarferli fyrir innflutning og dreifingu á þeim vörum. Á vörunum þurfi m.a. að vísa til firmanafns og tengiupplýsinga kæranda til þess að veita neytendum frekari upplýsingar um vöruna og dreifingaraðila. Vegna þeirrar ólögmætu notkunar sem um ræði geti kærandi ekki notað hefðbundin vefböng í slíkum og öðrum tilgangi fyrir félag sitt þar sem annar aðili nýti þau á ólögmætan og villandi hátt.

9. Bréf kæranda var sent Magnúsi Garðarssyni til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 20. mars 2020, og var erindið ítrekað með bréfum, dags. 17. apríl 2020 og 23. júní 2020. Með bréfi Magnúsar til stofnunarinnar, dags. 8. júlí 2020, kom fram að mýmörg dæmi væru um sömu eða svipuð nöfn í verslun og viðskiptum. Rangt væri að kærandi hefði haft samband við sig. Leitað hefði verið að auðkenninu á netinu til þess að athuga hvort heitið kæmi upp en ekkert fundist. Starfsemin felist í að flytja inn og selja hús og hafi fjármagni verið eytt í „app“, vefsíðu, markaðsmál og auglýsingar. Ekki hefði verið farið út í slíka fjármögnun ef svo hefði ekki verið.
10. Með bréfi Neytendastofu, dags. 1. september 2020, var kæranda boðið að koma að athugasemdum sínum við erindi Magnúsar. Engar frekari athugasemdir bárust.

#### **ÁKVÖRÐUN NEYTENDASTOFU**

11. Í niðurstöðukafla hinnar kærðu ákvörðunar eru helstu ákvæði sem á reynir rakin. Þá er rakið að réttur til vörumerkis geti stofnast annars vegar fyrir skráningu og hins vegar fyrir notkun. Meginreglan sé sú að eigandi merkis öðlist einkarétt til auðkennisins og sé öðrum þar með óheimilt að nota það eða annað auðkenni sem líkist því svo mikið að ruglingshætta skapist. Ákvæði 15. gr. a. laga nr. 57/2050 sé einkum ætlað að vernda auðkenni gegn því að keppinautur noti annað auðkenni sem líkist því mikið. Við mat á ruglingshættu sé litið til þess hvort málsaðilar séu í samkeppni og hvort þeir séu á sama markaðssvæði. Þá skipti máli hversu lík viðkomandi auðkenni séu, en þau líkindi hafi síðan áhrif á það hversu skyld starfsemi aðilanna megi vera án þess að teljast skapa ruglingshættu. Til þess að njóta einkaréttar verði vörumerkið að vera þess eðlis að það geti aðgreint eiganda vörumerkis eða vöru hans eða þjónustu frá keppinautum og takmarkist verndin því að jafnaði við að vörumerkið sé ekki almennt orð og lýsandi fyrir þá vöru eða þjónustu sem aðili og keppinautar hans bjóði.
12. Kærandi hafi skráð firmaheitið Norðurhús hjá fyrirtækjaskrá Skattsins árið 1999 og sé starfsemi fyrirtækisins skráð í ÍSAT atvinnugreinaflokkinn 46.90.0; Blönduð heildverslun. Ekki sé að finna frekari upplýsingar um Norðurhús á veraldarvefnum að undanskilinni skráningu á ja.is þar sem fram komi eftirfarandi fram við leit af heitinu: „Jens R. Kane/Norðurhús“. Vefsíðan www.nordurhus.is, sem kvartað sé undan, sé með skráð lénið nordurhus.is hjá ISNIC frá 18. október 2018. Þá sé eigandi lénsins með Facebook síðu undir heitinu Norður Hús og netfangið nordurhus@nordurhus.is. Að mati stofnunarinnar hafi ekki verið lögð fram nein gögn sem sýni fram á að 1. máls. 15. gr. a. laga nr. 57/2005 eigi við um erindið.

13. Við mat á því hvort 2. másl. 15. gr. a. eigi við þurfi að líta til þess að kærandi starfi við innflutning, heildsölu og dreifingu á vörum til smásala, svo sem sölu á límeftnavörum sem seldar séu í smásölu í byggingarvöruverslunum. Þá hafi fyrirtækið nýlega hafið innflutning á vörum tengdum rafrettum. Starfsemin virðist því að mestu leyti varða viðskipti og sölu til smásala en ekki beint til neytenda, þrátt fyrir að upplýsingar um kæranda komi fram á vörum sem félagið flytji inn til landsins og séu seldar neytendum í gegnum smásala. Starfsemi þess sem kvartað sé undan felist í sölu á færanlegum timburklæddum húsum sem samkvæmt upplýsingum á heimasíðu fyrirtækisins sé sérstaklega beint að neytendum. Með hliðsjón af þessu sé engin þjónustulíking með starfsemi aðila máls þar sem þeir starfi á sitthvorum markaðnum auk þess sem kvartandi leggi áherslu á heildsöluviðskipti en nordurhus.is sölu til neytenda. Engin þjónustulíking sé því með starfsemi aðila og þeir ekki keppinautar.
14. Af hálfu kæranda hafi komið fram að auðkenni vefsíðunnar [www.nordurhus.is](http://www.nordurhus.is) sé notað á beinan og óbreyttan hátt auk þess sem firmanafnið sé ítrekað notað á vefsíðu fyrirtækisins. Við skoðun á vefsíðunni megi sjá að merki fyrirtækisins [nordurhus.is](http://nordurhus.is) sé með hástafnum „N“ í gráum lit og húspak í grænum lit fellt ofan á stafinn. Þá standi „Norðurhús“ við hlið þess, sem skipt sé upp í tvennt, þ.e. orðið „Norður“ fyrir ofan í gráum lit og fyrir neðan orðið „Hús“ í grænum lit og stafirnir feitlettraðir. Þá sé orðinu á Facebook síðu fyrirtækisins skipt upp í tvennt með bili, þ.e. „Norður Hús“. Á meðfylgjandi gögnum frá kæranda megi sjá að stimpill fyrirtækisins Norðurhús sé í svörtum lit, í einu orði og einfalt húspak lagt ofan á fyrsta staf orðsins. Að mati Neytendastofu séu orðin þannig sett fram í ólíkri útfærslu hvað varði leturgerð, leturstærð og litaval, auk þess sem orðinu Norðurhús sé skipt upp í merki [nordurhus.is](http://nordurhus.is), bæði í merki þess á vefsíðunni [nordurhus.is](http://nordurhus.is) sem og á Facebook síðunni Norður hús. Sé því ekki um líkingu með umræddum merkjum að ræða þótt hljóðlíkindi séu til staðar. Þá beri að mati Neytendastofu að horfa til þess að firmað Norðurhús hafi verið skráð árið 1999 og þótt starfsemi hafi verið frá skráningu þess sé engar upplýsingar að finna um félagið á vefnum sem gefi til kynna að áhersla á rekstur þess og starfsemi beinist ekki að neytendum heldur smásölumarkaði. Sé því ekki um ruglingshættu að ræða eða að brotið sé með öðrum hætti gegn 15. gr. a. laga nr. 57/2005 og því ekki ástæða til aðgerða í málinu.

## **RÖKSTUÐNINGUR KÆRANDA OG ATHUGASEMDIR NEYTENDASTOFU**

15. Í kæru, dags. 6. desember 2020, er um málavexti vísað til kvörtunar kæranda til Neytendastofu en þó tekið fram að sú breyting hafi orðið á að kærandi hafi í lok nóvember 2020 öðlast rétt yfir vefslóðinni [www.nordurhus.is](http://www.nordurhus.is). Kæran nái því ekki til umræddrar vefslóðar. Engu að síður sé rétt að fá úrskurð áfrýjunarnefndarinnar um notkun á firmaheiti kæranda á Facebook síðunni Norðurhús.
16. Hin kærða ákvörðun feli ekki í sér rétta túlkun á 1. málslið 15. gr. a. laga nr. 57/2005. Greinin feli í sér tvenns konar reglur. Fyrri reglan kveði á um að óheimilt sé að „nota í atvinnustarfsemi firmanafn, verslunarmerki eða því um líkt, sem sá hefur ekki rétt til er notar“. Líkt og textinn beri með sér sé óheimilt að nota firmanafn í atvinnustarfsemi sem viðkomandi eigi ekki rétt til.

Heimfært á málavexti í fyrirbyggjandi máli sé ljóst að gagnaðila málsins sé ekki heimilt á neinn hátt að nota firmanafnið Norðurhús. Hann geri það engu að síður á umræddri Facebook síðu. Hann geri það einnig í meginefni síðunnar, m.a. með því að slíta í sundur orðin „Norður“ og „hús“. Engu máli skipti þótt bókstafurinn „ú“ komi ekki fram á síðunni enda ekki hægt að nota íslenska bókstafi á Facebook. Þá skipti það ekki máli að orðin „Norður“ og „hús“ séu slitin í sundur í meginefni síðunnar.

17. Síðari regla 1. málslíðar 15. gr. a. kveði á um að óheimilt sé að „reka atvinnu undir nafni sem gefur villandi upplýsingar um eignarrétt eða ábyrgð atvinnurekanda“. Með reglunni sé verið að tryggja heilindi og áreiðanleika firmanafna og auðkenna svo að þau séu áreiðanleg stoð viðskiptalífsins. Aðila væri t.d. óheimilt að stofna félagið Fjárfestingarsjóður Lífeyrissjóðs verslunarmanna ef umrætt félag tengdist viðkomandi lífeyrissjóði ekki á neinn hátt. Slíkt nafn væri til þess fallið að gefa villandi upplýsingar um réttarstöðu viðkomandi félags. Sambærileg staða sé uppi í þessu máli. Verið sé að nota firmaheitið Norðurhús sem hafi verið í eigu kæranda til áratuga.
18. Hvað varði 2. málslíð 15. gr. a. bendi kærandi á að notkun heitanna Norðurhús, nordurhus og Norður Hús sé bersýnilega til þess fallin að valda ruglingi við starfsemi kæranda. Skipti engu þótt starfsemi firmanna séu ólík og að starfsemi kæranda hafi hingað til ekki lotið að miklu leyti að neytendaviðskiptum. Í ákvörðunum sínum virðist Neytendastofa gera að skilyrði fyrrgreinds ákvæðis að um samkeppnisaðila á sambærilegum starfsvettvangi sé að ræða og að um ruglingshættu sé að ræða. Þessi sjónarmið kunni að vera málefnaleg við úrlausn slíkra mála en þau séu hins vegar ekki að finna í umræddu ákvæði. Texti ákvæðisins sé þvert á móti mun víðtækari en túlkun Neytendastofu bendi til.
19. Með bréfi, dags. 21. desember 2020, óskaði áfrýjunarnefndin eftir afstöðu Neytendastofu til kærunnar. Svar barst með greinargerð, dags. 11. janúar 2021. Í því segir að í hinni kærðu ákvörðun komi fram á hvaða skráningum og notkun auðkennis aðilar byggji rétt til auðkenna sinna á og að stofnunin telji engin gögn hafa verið lögð fram sem sýni að 1. másl. 15. gr. a. eigi við um erindi kæranda. Í gögnum málsins hafi legið fyrir að kærandi hafi skráð firmaheitið Norðurhús hjá fyrirtækjaskrá en engar frekari upplýsingar hafi verið að finna á veraldarvefnum að undanskilinni skráningu á ja.is þar sem fram komi að nafn einstaklings við umrætt firmaheiti. Sá sem kærandi kvarti undan hafi verið með skráð lénið nordurhus.is hjá ISNIC, Facebook síðu undir heitinu Norður Hús og netfangið nordurhus@nordurhus.is. Horfa þurfi til ýmissa þátta við mat á því hvort 1. másl. 15. gr. a eigi við, svo sem hvort fyrirtæki hafi notað auðkenni lengi og jafnvel með hvaða hætti, hvort og hvernig þau séu skráð og eigi þar með tilkall til auðkennisins. Með hliðsjón af framangreindu hafi stofnunin talið að engin gögn hafi verið lögð fram sem sýni fram á að 1. másl. greinarinnar eigi við þar sem báðir aðilar eigi tilkall til auðkennis síns. Því komi 2. másl. 15. gr. a. til skoðunar í málinu.
20. Til stuðnings hinni kærðu ákvörðun bendi Neytendastofa á úrskurð áfrýjunarnefndar neytendamála 24. mars 2011 (1/2011) þar sem komið hafi fram að deila málsins lyti að „notkun

léns til sem svipar til firmanafnsins, en Orkuveita Reykjavíkur sækir rétt sinn til notkunar þess léns til skráningar hjá ISNIC. Neytendastofa lagði því réttilega til grundvallar að báðir aðilar ættu tilkall til auðkenna sinna og að niðurstaðan réðist af því hvort um væri að ræða ruglingshættu þannig að í bága færi við 2. másl. 15. gr. a.“

21. Í framkvæmd hafi ekki eingöngu verið lagt til grundvallar að um samkeppnisaðila á sambærilegum starfsvettvangi sé að ræða líkt og kærandi haldi fram. Ýmsir þættir komi til álita og hafi þýðingu við mat á ruglingshættu eins og líkindi auðkenna, starfsemi aðila og þjónustulíking, markaðssvæði og staðsetning. Staðfesti ýmsir úrskurðir áfrýjunarnefndar neytendamála mikilvægi þess að ekki sé eingöngu horft til samanburðar á auðkennunum sjálfum heldur að fram fari heildstætt mat og að verulega þýðingu hafi hvort fyrirtæki starfi á sama markaði og beini starfsemi að sama markhópi. Hér megi nefna úrskurð nefndarinnar 8. maí 2007 (1/2007) þar sem því hafi verið hafnað að ruglingshætta væri fyrir hendi á milli fyrirtækjanna Hagi ehf. og Hagar ehf. þar sem fyrrnefnda fyrirtækið hafi notað firmanafn sitt til þess að markaðssetja vörur og þjónustu í byggingariðnaði en síðarnefnda fyrirtækið starfað við rekstur dótturfélaga sem starfræktu verslanir undir eigin merkjum. Í því máli sem hér sé til úrlausnar liggi fyrir að þjónustunni sé ekki beint að sama markhópi og séu aðilar ekki keppinautar. Þá sé framsetning auðkennanna í ólíkri útfærslu í leturgerð, leturstærð og litavali auk þess sem orðinu sé skipt upp í merki Magnúsar. Sé því ólíklegt að ruglingshætta sé til staðar.
22. Með bréfi, dags. 2. janúar 2021, var kæranda gefinn kostur á að gera athugasemdir við greinargerð Neytendastofu. Engar frekari athugasemdir bárust.

## **NIÐURSTAÐA**

23. Í máli þessu leitar kærandi endurskoðunar á þeirri ákvörðun Neytendastofu að ekki sé ástæða til aðgerða í tilefni af kvörtun kæranda vegna notkunar Magnúsar Garðarssonar á auðkenninu Norðurhús á Facebook síðunni Norður Hús. Krefst kærandi þess aðallega „að hverjum þeim aðila sem notar auðkennið Norðurhús, þ. á m. á slóðinni [www.facebook.com/nordurhus](http://www.facebook.com/nordurhus), þá sérstaklega Magnúsi Garðarssyni og fyrirtækjum á hans vegum, verði bönnuð notkun firmameitisins almennt og á framangreindum vefsíðum, bæði að heiti og að meginefni.“ Þá er þess krafist að Neytendastofu verði gert að beita þvingunarúræðum til að framfylgja banninu. Til vara er þess krafist að málinu verði vísað aftur til Neytendastofu til efnislegrar meðferðar.
24. Í upphafi skal tekið fram að mál þetta snýst eingöngu um það hvort umrædd notkun Magnúsar Garðarssonar brjóti gegn 15. gr. a. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu og skuli bönnuð af þeim sökum. Málið snýst hins vegar ekki um túlkun og beitingu einstakra ákvæða laga nr. 45/1997 um vörumerki, enda fer Einkaleyfastofan með eftirlit samkvæmt þeim lögum og hvorki Neytendastofu né áfrýjunarnefndar neytendamála að endurskoða ákvarðanir hennar. Þrátt fyrir að grunnsjónarmið í vörumerkjarétti hafi áhrif við túlkun 15. gr. a. laga nr. 57/2005 er um að ræða sitt hvor lögin sem falla undir sitt hvort stjórnvaldið, sbr. m.a. úrskurð áfrýjunarnefndar neytendamála 26. mars 2010 (14/2009) og 16.

febrúar 2012 (19/2011). Að sama skapi fellur það ekki undir valdsvið nefndarinnar að kveða með almennum hætti á um einkarétt aðila að tilteknu auðkenni eða að banna mögulega og ótilgreinda notkun tiltekins auðkennis líkt og hluti krafna kæranda í máli þessu lýtur að. Samkvæmt þessu, og þar sem kærandi hefur fallið frá kröfum vegna notkunar vefsíðunnar nordurhus.is, kemur einungis til skoðunar fyrir nefndinni hvort notkun Magnúsar Garðarssonar á heitinu „Norður Hús“ á Facebook feli í sér brot gegn fyrrgreindu ákvæði.

25. Af gögnum málsins verður ráðið að kærandi skráði einkafirmað Norðurhús árið 1999 í fyrirtækjaskrá Ríkisskattstjóra undir atvinnugreinaflokkun 46.45.0 sem heildverslun með ilmvötn og snyrtivörur. Kveðst kærandi hafa notað heitið í starfsemi tengdri m.a. sölu límefnavara í smásölu og kveður alla reikninga vegna viðskiptanna hafi farið fram undir heitinu Norðurhús. Þá liggur fyrir að kærandi hefur nýlega hafið sölu á vörum tengdum rafrettum á vefsíðunni www.nordurhus.is, en vörur kæranda á síðunni virðast seldar undir heitinu „Eimreið vape“. Eins og fram kemur í kæru liggur fyrir að Magnús Garðarsson hóf árið 2019 notkun vefsíðunnar nordurhus.is og hefur einnig stofnað Facebook síðuna „Norður Hús“. Kærandi er nú orðinn eigandi vefsíðunnar nordurhus.is, sem kvörtun hans til Neytendastofu laut upphaflega að, og lýtur endurskoðun nefndarinnar því einungis að heitinu „Norður Hús“ á Facebook.
26. Ákvæði 5. gr. laga nr. 57/2005 felur í sér bann við óréttmætum viðskiptaháttum. Þar kemur fram að í III.-V. kafla laganna sé nánar tilgreint hvað teljist óréttmætir viðskiptahættir og er ákvæði 15. gr. a., sem mál þetta lýtur einkum að, að finna í V. kafla laganna. Ákvæðið má rekja allt aftur til laga um varnir gegn óréttmætum verzlunarháttum nr. 84/1933, en núgildandi ákvæði er nánast orðrétt samhljóða 9. gr. laga nr. 84/1933. Af greinargerð með frumvarpi til þeirra laga verður ráðið að ákvæðinu hafi verið ætlað að vera til fyllingar 10. gr. laga um verslanaskrár, firmu og prókúruumboð nr. 42/1903, þar sem m.a. kemur fram að firmu skuli greina glögg frá hvert öðru og lagt bann við því að menn stæli skrásett firmu. Ákvæðið var því næst tekið upp í 30. gr. laga um verðlag, samkeppnishömlur og óréttmæta viðskiptahætti nr. 56/1978 og þess getið í athugasemdum með frumvarpi til þeirra laga að vernd auðkenna samkvæmt firma- og vörumerkjaloggjöf næði ekki alltaf nógu langt. Því væri þörf á þeirri viðbótarvernd sem ákvæðinu væri ætlað að veita. Sama viðhorf kom fram við setningu samkeppnislaga nr. 8/1993, en ákvæðið var að finna í 25. gr. þeirra. Af þessu leiðir að 15. gr. a. laga nr. 57/2005 getur falið í sér ríkari vernd en leiðir af sér lögum með hliðsjón af samkeppnissjónarmiðum. Markmið ákvæðisins er hins vegar ekki aðeins að veita fyrirtækjum vernd í innbyrðis samkeppni þeirra, heldur ekki síður að koma í veg fyrir að villt verði um fyrir neytendum, sbr. m.a. dóm Hæstaréttar Íslands 28. febrúar 2013 í máli nr. 538/2012.
27. Í 15. gr. a. laga nr. 57/2005 felast tvær reglur. Regla 1. málsl. 15. gr. a. leggur bann við því að aðili noti auðkenni sem hann hefur ekki rétt til, eða auðkenni annarra, en 2. málslíður ákvæðisins bann við því að nota eigin auðkenni þannig að ruglingshætta skapist við einkenni annarra. Þótt fallast megi á með kæranda að regla 1. málslíðar 15. gr. a. laga nr. 57/2005 hefði getað komið til skoðunar að því er varðaði notkun Magnúsar á vefsíðunni www.nordurhus.is,

þar sem lénið í þeirri mynd var hið sama og auðkenni kæranda, liggur fyrir að sú auðkennanotkun sem kæran lýtur að er einungis Facebook síðan „Norður Hús“. Þótt hljóðlíkindi séu vissulega með auðkenninu og firmaheiti kæranda er ekki um sama auðkenni að ræða, enda auðkennið stafsett öðruvísi en firmaheiti kæranda þ.e. skipt upp í tvö orð. Þá eru auðkennið og firmaheitið sjónrænt ólík. Eins og málið horfir við nefndinni kemur 2. másl. 15. gr. a. því einungis til skoðunar í málinu og lýtur endurskoðun hinnar kærðu ákvörðunar þannig að því hvort notkun Magnúsar á umræddu auðkenni, sem hann á tilkall til í fyrrgreindu formi, valdi ruglingshættu við auðkenni kæranda.

28. Af lögskýringargögnum með 2. másl. 15. gr. a. verður ráðið að reglunni er ætlað að veita fyrirtækjum, sem nota auðkenni í starfsemi sinni, sérstaka vernd gegn því að aðrir noti auðkenni, sem þeir eiga út af fyrir sig tilkall til, á þann hátt að villst verði á þessum tveimur auðkennum. Markmið ákvæðisins er ekki aðeins að veita fyrirtækjum vernd í innbyrðis samkeppni þeirra, heldur ekki síður að koma í veg fyrir að villt verði um fyrir neytendum. Vísast um þetta m.a. til dóms Hæstaréttar Íslands 28. febrúar 2013 í máli nr. 538/2012.
29. Meðal þeirra grunnsjónarmiða lögð hafa verið til grundvallar beitingu 15. gr. a. laga nr. 57/2005 er hvort það auðkenni sem um er deilt hafi ákveðna sérgreiningareiginleika eða sérkenni sem greini þau frá öðrum. Auðkenni þurfi að vera til þess fallin að greina viðkomandi vöru eða þjónustu frá vörum annarra og megi ekki vera lýsandi fyrir viðkomandi starfsemi. Byr það grundvallarsjónarmið að baki framkvæmd þessari að fyrirtæki sem skrá eða byrja að nota lýsandi auðkenni í þessum skilningi geti ekki hindrað samkeppnisaðila sína í að koma á framfæri einföldum upplýsingum um eðli þeirrar vöru eða þjónustu sem þeir bjóði.
30. Þótt orðin sem mynda auðkenni kæranda séu almenn og lýsandi ein og sér, þ.e. „Norður“ og „hús“, telst auðkennið í þeirri mynd sem það er notað, þ.e. „Norðurhús“, vart lýsandi í framangreindum skilningi. Auðkennið getur hvorki talist almennt né gefa til kynna með augljósum hætti hvers eðlis starfsemi kæranda er. Telst auðkennið þannig fullnægja þeim sérgreiningareiginleikum sem 2. másl. 15. gr. a. laga nr. 57/2005 áskilur.
31. Kemur þá til skoðunar hvort fyrir hendi sé ruglingshætta í skilningi ákvæðisins á milli auðkennis kæranda og þess auðkennis sem kvörtun hans lýtur að. Við mat á því skiptir m.a. máli hvort viðkomandi fyrirtæki starfi á sama markaði og hvort þau beini vöru eða þjónustu að sama markhópi. Þá skiptir máli hversu lík viðkomandi auðkenni eru, en þau líkindi hafa síðan áhrif á það hversu skyld starfsemi aðilanna má vera án þess að teljast skapa ruglingshættu. Þannig er ljóst að því líkari sem auðkennin eru, því minni kröfur eru gerðar til skyldleika starfsemi aðilanna, og öfugt. Þá ber að hafa í huga að þótt hér að framan hafi verið komist að þeirri niðurstöðu að auðkenni kæranda hafi nægjanleg sérkenni til að njóta verndar ákvæðisins liggur fyrir að kærandi getur ekki, hvað sem öðru líður, meinað öðrum notkun orðanna „Norður“ og „hús“ sem bæði eru almenn orð og án sérkenna.

32. Að mati áfrýjunarnefndarinnar verður að fallast á það með kæranda að auðkennin „Norðurhús“ og „Norður Hús“ eru afar lík. Má í því samhengi nefna að auðkennin væru því allt að því eins ef þau væru notuð í auglýsingum á ljósvakamiðlum og þá sérstaklega í útvarpi. Þá er ljóst, að lénið [www.nordurhus.is](http://www.nordurhus.is), sem áður var notað í starfsemi Norður Húss, var í þeim búningi í reynd sama auðkenni og auðkenni kæranda. Á hinn bóginn lýtur mál þetta að notkun auðkennisins „Norður Hús“ á samnefndri Facebook síðu. Við samanburð á auðkenninu í þeim búningi og auðkenni kæranda eru myndlíkindi afar takmörkuð, en auðkenni kæranda er ýmist ritað „Norðurhús“ eða „NORÐURHÚS“ en auðkennið, sem kvartað er undan sem fyrr segir „Norður Hús“. Er þannig um tvö orð að ræða með bili á milli en ekki eitt samsett orð eins og í auðkenni kæranda.
33. Auk framangreinds verður ekki framhjá því litið að líkindi með starfsemi aðilanna eru afar lítil eða engin. Þótt takmarkaðra gagna njóti við um starfsemi kæranda frá skráningu firmahættisins verður ekki annað ráðið en að auðkennið sé nú einkum notað í tengslum við innflutning smásöluvara, m.a. vara tengdum rafrettunotkun. Starfsemi Norður Húss lýtur á hinn bóginn að sölu færanlegra timburklæddra sumarhúsa. Aðilar starfa þannig á ólíkum mörkuðum og beina vöru og þjónustu að ólíkum markhópum. Verður því að teljast afar ólíklegt að hinn almenni neytandi rugli saman starfsemi kæranda og þeirri starfsemi sem fer fram undir merkinu Norður Hús.
34. Í ljósi alls framangreinds, og einkum þeirra takmörkuðu notkunar á auðkenninu „Norður Hús“ sem um ræðir, verður að fallast á þá niðurstöðu hinnar kærðu ákvörðunar að ekki sé ástæða til aðgerða í tilefni af kvörtun kæranda. Það athugast að með því er einungis tekið afstaða til þeirrar notkunar umrædds auðkennis sem fyrir liggur í málinu.
35. Með vísan til alls framangreinds verður hin kærða ákvörðun staðfest.

### ÚRSKURÐARORÐ:

Hin kærða ákvörðun er staðfest

Halldóra Þorsteinsdóttir

Áslaug Árnadóttir

Gunnar Páll Baldvinsson