

JUR1820

1. Når kan bruk av en annens varemerke (identisk ordmerke) som søkeord ved annonsering i søkemotorer utgjøre et varemerkeinngrep etter varemerkeloven § 4 første ledd bokstav a, jf. tredje ledd?

Med annonsering i søkemotorer menes at en søketjeneste (Google, Yahoo, Bing eller lignende) tilbyr annonsører å koble annonsene sine til bestemte søkeord (varemerket), slik at annonsene blir vist ved siden av de naturlige søkeresultatene.

2. Gi en oversikt over hvilke funksjoner varemerkebeskyttelsen tjener, og forklar kort hvordan funksjonene kan få betydning ved anvendelsen av varemerkelovens § 4 (varemerkeinngrep).