



# SØ- OG HANDELSRETTE KENDELSE

afsagt den 25. juni 2020

---

Sag BS-58160/2019-SHR

INTERFLORA DANMARK A/S  
(advokat Rasmus Munk Nielsen)

mod

ABELLA BLOMSTER V/JEANETTE RASMUSSEN  
(advokat Frank Henrik Børresen Jørgensen)

Denne afgørelse er truffet af sekretariatschef Mette Skov Larsen og de sagkyndige medlemmer Gitte Forsberg og Maria Vegger Bjerrehus.

## Sagens baggrund og parternes påstande

Denne sag om midlertidigt forbud og påbud, der er anlagt den 17. december 2019, vedrører, hvorvidt Abella Blomster v/Jeanette Rasmussen anvender "interflora" ved annoncering via Google Ads, og om Abella Blomster i givet fald krænker Interflora Danmark A/S' rettigheder efter varemærkeloven og markedsføringsloven.

Sagsøgeren, Interflora Danmark A/S (herefter Interflora), har fremsat følgende påstande:

### Påstand 1

Abella Blomster forbydes at anvende ordet "interflora" ved annoncering igennem Google Ads.

## **Påstand 2**

Abella Blomster påbydes at tilføje ordet "interflora" til Abella Blomsters negativliste i Google Ads på en sådan måde, at Abella Blomsters annoncer på Google ikke vises, når der på Google søges på "interflora" alene eller i sammenhæng med andre søgeord.

Sagsøgte, Abella Blomster v/Jeanette Rasmussen (herefter Abella Blomster), har påstået frifindelse.

## **Oplysningerne i sagen**

### *Sagens parter*

Interflora har siden 1925 drevet virksomhed med salg og levering af blomster, og fremstår i dag som den absolutte markedsleder inden for branchen. Interflora har i Danmark ca. 44 medarbejdere og af seneste årsrapport fremgår, at Interflora i 2019 havde en bruttofortjeneste på ca. 44 mio.kr. Interflora er et netværk af ca. 330 lokale blomsterbutikker. Af udskrift fra Patent- og Varemærkestyrelsen fremgår, at Interflora er indehaver af ordmærket Interflora.

Abella Blomster er en enkeltmandsvirksomhed etableret i 1988 med en blomsterforretning beliggende i Hvidovre. Abella Blomster har ifølge udskrift fra Erhvervsstyrelsen 5-9 medarbejdere og driver virksomhed med salg og levering af blomster og lignende. Abella Blomster indgår ikke i Interfloras netværk.

### *Twisten*

Der er mellem parterne enighed om, at Abella Blomster ikke har registreret "interflora" som søgeord i Google Ads, og at Abella Blomster derfor ikke fremkommer ved søgning på "interflora" alene.

Twisten angår herefter alene, om Abella Blomster gør indirekte brug af "interflora" ved, at Abella Blomsters annonce vises på Google, når der bliver søgt på en kombination af "interflora" og forskellige søgeord registreret af Abella Blomster, og om Abella Blomster i givet fald er forpligtet til at angive "interflora" som negativt søgeord i Google Ads for at forhindre dette.

Ved at anvende negative søgeord kan man forhindre, at ens annonce vises på Google, når der søges på bestemte ord, hvilket blandt andet kan benyttes til at målrette ens annonce mod bestemte kunder.

Interflora rettede i november 2019 henvendelse til Abella Blomster vedrørende den påståede uberettigede brug af "interflora" som søgeord i Google Ads, hvilket Abella Blomster afviste.

Baggrunden for Interfloras henvendelse til Abella Blomster var søgningen på Google med blandt andet "send blomster interflora" og "interflora blomster", som det ses af skærmpoint dateret den 16. december 2019:

**Google** send blomster interflora

Alle Maps Billeder Shopping Videos More Indstillinger Værktøjer

577.800 resultater (0:07 resultater)

**En privatlivspåmindelse fra Google**  
 PÅMINND MIG SENERE **GENNEMGÅ**

**Se send blomster interflora** Spis mere med

Hennende hilsen	Funkende Flora	Skattekasse med blanding	Romantisk buket	Et kærligt knus
<b>229,00 kr.</b>	<b>249,00 kr.</b>	<b>300,00 kr.</b>	<b>299,00 kr.</b>	<b>479,00 kr.</b>
Interflora	Interflora	Interpresent	Interflora	Interflora
Fra Google	Fra Google	Fra Google	Fra Google	Fra Google

**Bestil Blomster inden kl. 14 | og få dem sendt samme dag**  
[www.interflora.dk/blomster](http://www.interflora.dk/blomster)  
 ★★★★★ Bestil inden kl. 14 og få dem sendt samme dag.  
 Hos **interflora** finder du et bredt udvalg af smukke blomsterbuketter. Udbangningen er:

<b>Begravelse</b> Se udvalget af lækre kranser her Læg en personlig hilsen med band	<b>Blomsterbuketter</b> Et smukt udvalg af smukke buketter af populære blomsterbuketter
---	--

**Bestil nemt blomster til i dag | Personlig levering til døren**  
[www.abella-blomster.dk/Blomsterlevering](http://www.abella-blomster.dk/Blomsterlevering)  
**Send** en blomsterbuket. Bestil nemt & hurtigt her. Betal med kort eller ombyrdes. 0 tilmeldt

**Interflora | Send blomster og gavekurve med levering i dag**  
<https://interflora.dk>

**Interflora** leverer **blomster** til hele Danmark og resten af verden. Vi har beskrevet bl.a. i vores lejlighed, hvor du ønsker at **sende** en tanke til dem, der betyder at:

<b>Blomster</b> Der er mange måder at sige det på med blomster fra Interflora. Her	<b>Blomsterbuketter</b> Høj buket - Hjerter varme - Lav buket - Jubilæum jubilat - Roser
<b>Begravelse</b> Efter en blomsterkrans båret foran eller båret båret	<b>Udland</b> Vores store netværk gør det muligt for dig at sende dit venstner til
<b>Vores butikker</b> Jylland - Hovedstadsområdet - Sjælland og Øerne - København	<b>Fødselsdag</b> Er du på udkig efter en gave til en fødselsdag? Her på siden finder

Google **interflora blomster** ☰ 🔍

🔍 Alle 🖼️ Billeder 📍 Maps 🛒 Shopping 📺 videoer ⓘ Mere ⚙️ Indstillinger 🛠️ Værktøjer

Ca 1 570 000 resultater (0.50 sekunder)

**Bestil Blomster hos Interflora | Personlig levering til døren**  
 [Annonce] [www.interflora.dk/](http://www.interflora.dk/) ▾  
 ★★☆☆☆ Bedømmelse af Interflora.dk 4.6 - 201 anmeldelser  
 Bestil Blomster inden kl. 14 og modtag samme dag

<b>Levering i dag</b> Bestil inden kl 14 for leveret idag Personlig levering med Interflora	<b>Tillykkebuket</b> Ønsk tillykke med blomster eller en af vores mange andre gaveldéer
<b>Blomsterbuketter</b> Et smukt udvalg af sæsonens mest populære blomsterbuketter	<b>Populære buketter</b> Farver og personligt udtryk Kun fantasien sætter grænser

**Stalks and Roots | Buketter og tørrede blomster**  
 [Annonce] [www.stalksandroots.com/](http://www.stalksandroots.com/) ▾  
 Forkæl dig selv eller en du holder af med en af vores populære evigheds buketter af Events · Tailormade · Weddings · Enhver lejlighed · Music · Cilenis

**Blomster, Mange Forskellige | Blomster & Brugskunst | feen.dk**  
 [Annonce] [www.feen.dk/](http://www.feen.dk/) ▾  
 Send blomster til en du holder af, vi klarer levering for dig. Ideen fra Feen har egen

**Bestil nemt blomster til i dag | Personlig levering til døren**  
 [Annonce] [www.abella-blomster.dk/Blomster/levering](http://www.abella-blomster.dk/Blomster/levering) ▾  
 Send en blomsterhilsen. Bestil nemt & hurtigt her. betal med kort el mobilepay. Bestil Online

**Blomster » Bestil blomster til enhver lejlighed | Interflora**  
<https://interflora.dk> » produkter » blomster ▾  
 Send blomster til en glædelig eller mere trist anledning. Hos Interflora har vi blomsterbuketter til enhver anledning. Se dem her!

Det fremgår af begge skærmpoint, at Interflora fremkommer som første og øverste annonce.

Ved søgningen "send blomster interflora" fremkommer Abella Blomster som den eneste anden annonce med overskriften "Bestil nemt blomster til i dag / Personlig levering til døren" og annonceteksten "**Send** en blomsterhilsen ...".

Ved søgningen "interflora blomster" fremkommer Abella Blomster som den fjerde annonce efter Interflora, Stalks and Roots og Feen. Overskrift og annoncetext er identisk med den forrige.

Der er herudover fremlagt skærmpoint af 3. januar 2020 med søgningerne "send blomster interflora" og "interflora blomster":



send blomster interflora



[Alle](#)
[Maps](#)
[Billeder](#)
[Shopping](#)
[Videoer](#)
[Mere](#)
[indstillinger](#)
[Værktøjer](#)

Ca. 651.000 resultater (0,54 sekunder)

### Send Blomster med Interflora | Personlig levering til døren

[Annonce](#) [www.interflora.dk/blomster](http://www.interflora.dk/blomster) ▾

Hos **Interflora** kan du bestille helt frem til d. 23 dec. kl. 14 og få leveret samme dag. Glæd én du holder af med en smuk julebuket. Husk hinanden i julen. Personlig levering m. bud. Nem og sikker betaling. Lavet hos lokale butikker. Sig det med **blomster**. Typer: **Blomster**. Buketter.

#### Romantisk i dag?

Send en kærlighedsbuket  
Intel er så romantisk som blomster

#### Gaveidéer til ham

Vis ham, hvor meget han betyder  
Send en kærlig hilsen

### Bestil Blomster online | Levering samme dag

[Annonce](#) [www.deleurans-blomster.dk/](http://www.deleurans-blomster.dk/) ▾ 32 96 89 46

**Send** en smuk blomsterbuket. Vi er eksperter i **blomster** til alle anledninger. Bestil online - Nemt og sikkert. Altid friske **blomster**. **Send blomster** billigt

Kundeservice Åbningstider · Blomsterbuket · Begravelsesbuket · Brudebuket

📍 Thorshavnsgade 28, København S · Åben i dag · 10.00–17.00 ▾

### Send blomster inden kl. 14 | Levering samme dag

[Annonce](#) [www.gerberablomster.dk/](http://www.gerberablomster.dk/) ▾

omegn's kommuner. Sig pænt farvel med begravelses **blomster** eller dekorationer til en . **Send** smukke **blomster** buketter til en du holder af, gratis forsendelse til Østerbro og

### Bestil blomster til levering | Søndags levering på sjælland

[Annonce](#) [www.abella-blomster.dk/søn-\\_og/helligdage](http://www.abella-blomster.dk/søn-_og/helligdage) ▾

**Send blomster** til store dele af sjælland i weekenden, vin chokolade og specialiteter.

### Interflora | Send blomster og gavøkurve med levering i dag

<https://interflora.dk> ▾

**Interflora** leverer **blomster** til hele Danmark og resten af verden. Vi har lækkerier til enhver lejlighed, hvor du ønsker at **sende** en tanke til dem, du holder af.

[Blomster](#)

[Blomsterbuketter](#)

Google blomster Interflora

Alle Billeder Maps Shopping Videoer Mere Indstillinger Værktøjer

Ca. 1.460.000 resultater (0,43 sekunder)

**Bestil Blomster hos Interflora | Kvalitet og unikt håndværk**

[www.interflora.dk/blomster](https://www.interflora.dk/blomster)

Udbredning i hele Danmark. Bestil dine blomster til levering, samme dag du bestiller. Hos Interflora finder du et bredt udvalg af smukke blomsterbuketter. Lavet hos lokale butikker. Sig det med blomster. Nem og sikker betaling. Personlig levering m. bud.


**Blomsterbuketter**  
Et smukt udvalg af sæsonens mest populære blomsterbuketter

**Tillykkebuket**  
Ønsk tillykke med blomster eller en af vores mange andre gaveidéer

**Blomster » Bestil blomster til enhver lejlighed | Interflora**

<https://interflora.dk/produkter/blomster>

Send blomster til en glædelig eller mere trist anledning. Hos Interflora har vi blomsterbuketter til enhver anledning. Se dem her!



Åbningstider

**A Jagtvejens Blomster**  
Jagtvej 52 A · 35 33 39 11  
Åben indtil 19:00

**B Blågårds Blomster**  
Blågårdsgade 5 · st tv · 35 35 35 49  
Åben indtil 19:00

WEBSITE RUTE

Det fremgår af begge skærmpoint, at Interflora fremkommer som første og øverste annonce.

Ved søgningen "send blomster interflora" fremkommer Abella Blomster som den fjerde annonce efter Interflora, Deleurans Blomster og Gerbera Blomster med overskriften "Bestil blomster til levering / Søndags levering på sjælland" og annonceteksten "Send blomster til store dele af sjælland ...".

Ved søgningen "interflora blomster" er Abella Blomster ikke blandt annoncerne, men der er enighed om, at Abella Blomster vises på side 2, som ikke er fremlagt.

Endelig fremgår det af skærmpoint dateret den 16. januar 2020, at Abella Blomster fremkommer som den anden annonce efter Interflora ved søgning på "send blomster med interflora":

The screenshot shows a Google search interface with the query "send blomster med interflora". The search results are filtered to show "Alle" (All) results, with approximately 6,170,000 results found in 0.43 seconds. A "Privacy notice" banner from Google is visible, with buttons for "RAMND MIG SENERE" and "GENNEMGÅ".

The first search result is an advertisement from [www.interflora.dk/](http://www.interflora.dk/) with the headline "Send Blomster med Interflora | Personlig levering til døren". It features a 4.6-star rating from 1,079 reviews and text describing the service: "Forkæl én du har kær, med en dejlig overraskelse. En kærlig tanke gør en verden til forskel. Nem og sikker betaling. Personlig levering m. bud. Lavet hos lokale butikker. Sig det med blomster. Tjenester: Dag til dag levering. Personligt bud. Fra din yndlingsflorist".

The second search result is an advertisement from [www.abella-blomster.dk/Blomster/levering](http://www.abella-blomster.dk/Blomster/levering) with the headline "Bestil nemt blomster til i dag | Personlig levering til døren". The text reads: "Send en blomsterhilsen. Bestil nemt & hurtigt her, betal med kort el. mobilepay. Vi leverer i hele Danmark. Specialiteter & lækkerier. Levering fra 35- til 65.- Tlf. 36 77 12 14. Romantiske buketter. Bestil Online. Levering samme dag. Chokolade. Buketter. Blomster & buketter. Smukke buketter. Champagne & specialiteter. Romantik".

The third search result is from [interflora.dk](http://interflora.dk) with the headline "Interflora | Send blomster og gavekurve med levering i dag". The text states: "Interflora leverer blomster til hele Danmark og resten af verden. Vi har lækkerier til enhver lejlighed, hvor du ønsker at sende en tanke til dem, du holder af. Blomster Begravelse Vores butikker Blomsterbuketter".

Af annoncens overskrift fremgår "Bestil nemt blomster til i dag / Personlig levering til døren" og af annonceteksten "Send en blomsterhilsen ...".

Der er enighed om, at de fremhævede søgeord er søgeord, som Abella Blomster har registreret i Google Ads.

Der er af Abella Blomster fremlagt Googles politik vedrørende varemærker.

#### *Kontrol fra Miljø- og Fødevarestyrelsen*

Det fremgår af sagen, at Interfloras administrerende direktør, Søren Flemming Larsen, har indgivet klage over Abella Blomster vedrørende manglende ingrediensliste, næringsdeklaration og varebetegnelse på nogle fødevarer, som Abella Blomster markedsfører på sin hjemmeside. Som følge heraf modtog Abella Blomster en indskærpelse med gebyrbelagt opfølgende kontrol.

## Forklaringer

Der er afgivet forklaring af Zvi Goldstein, Søren Flemming Larsen, Mathias Ebert Christensen, Thomas Koch og Ruben Jusiong.

Zvi Goldstein har forklaret blandt andet, at han er CMO i Interflora med ansvar for salg og markedsføring.

Interflora er en sammenslutning af ca. 330 selvstændige blomsterhandlere over hele landet. Det er helt almindelige, lokale blomsterhandlere, som anvender deres egne navne. Når man bestiller via Interfloras system sendes man videre til den lokale blomsterhandler, som binder buketten og sørger for udbringning.

Interflora står for markedsføringen, som de bruger mange penge på. Kundernes kendskab til dem og de lokale blomsterhandlere er vigtigt for dem og salget. De reklamerer på tv, men kunderne finder dem primært ved søgning på nettet. De har mange besøgende på [interflora.dk](http://interflora.dk), men de fleste søger via Google. Den altoverskyggende del af budgettet anvendes derfor på Google Ads. Deres konkurrenter anvender også Google Ads. Det er eksempelvis Euroflorist og Flowr, som er ejet af Salling Group. Det er 100 % auktionsbaseret annoncering sådan, at den, der afgiver det højeste bud, ligger øverst ved søgningerne. Man betaler Google, når forbrugeren klikker sig ind på annoncen. Det er kun i Googles interesse, at alle søgeord kan bruges frit. Jo flere der byder, jo dyrere bliver det for annoncørerne, og Google tjener derved flere penge. Det er paradoksalt, at Google samtidig giver mulighed for at anvende negative søgeord.

Han kender til negative søgeord på Google. Hvis Abella Blomster havde "interflora" som negativt søgeord, ville Abella Blomster ikke komme frem ved søgning på "send blomster interflora" som bredt match. De har selv blandt andet Euroflorist som negativt søgeord.

De holder ugentligt øje med, om deres konkurrenter bruger "interflora". Hvis budprisen stiger unaturligt, er det tegn på, at andres annoncer vises i forbindelse med søgninger, som indeholder "interflora". De foretager testsøgninger, hvor de kan se, at andre byder ind.

De henvender sig altid til de andre annoncører via brev. De fleste har oftest ikke købt "interflora" som søgeord, og det plejer at gå i sig selv ved, at de pågældende tilføjer "interflora" som negativt søgeord. Det er første gang, at det er kommet til en retssag.

Konsekvensen af, at have købt søgeord som "send" og/eller "send blomster" og ikke at have tilføjet "interflora" som negativt søgeord, er det samme som at ha-



ve købt "interflora" som søgeord/ AdWord. Abella Blomster kommer således frem ved søgning på "send blomster interflora". Det er et indirekte bud på "interflora", hvor deres brand indgår i søgningen og dermed intentionen om at vil le købe noget fra dem.

Deleuran og Gerbera Blomster, som fremkommer ved søgning på "send blomster interflora" er begge Interflora-forhandlere. Deres egne forhandlere må dog heller ikke bruge "interflora" som AdWord, og det var derfor en fejl, at Deleuran og Gerbera Blomster kom frem ved denne søgning.

Alle kan købe "send blomster", "blomster", "send gave" osv. som søgeord.

De har rettet henvendelse til 7-9 virksomheder, herunder Flowr, Euroflorist, Bloomit og Design Flower om benyttelse af "interflora" på Google.

Euroflorist er lige så stor som Interflora i EU, men ikke i Danmark, og er deres største konkurrent. Han ved ikke, hvor stor en andel af markedet Interflora har i Danmark.

De har fundet en mindelig løsning med Flowr. Bloomit har "interflora" som negativt søgeord, og Interflora har "bloomit" som negativt søgeord.

De har ikke rettet henvendelse til Stalks and Roots. Det gør de aldrig med det samme men afventer et par dage for at se, om der skulle være tale om en fejl.

Buket.nu er under protest gået med til at angive "interflora" som negativt søgeord. Han ved ikke, om de har fået tilsvarende protester, men det er sjældent, at det udvikler sig sådan.

Baggrunden for, at de henvendte sig til Abella Blomster var, at der skete en unaturlig stigning i deres omkostninger. Dette skyldtes, at Abella Blomster fremkom ved kombinationssøgninger med "interflora". De var klar over, at Abella Blomster ikke havde købt "interflora" som søgeord, da de selv havde søgt herpå.

Der ville fremkomme flere annoncer ved søgning på "send blomster interflora", hvis de ikke havde aftaler med de øvrige forhandlere om brug af negative søgeord. Abella Blomster ville heller ikke komme frem ved samme søgning, hvis de havde "interflora" som negativt søgeord.

Hvis man som forbruger ønsker at finde alternativer til Interflora, kan man blot søge på "find blomsterhandler" mv. i stedet for. Man kan ikke købe "alternativ" som søgeord og forvente at blive vist ved søgning på "alternativ interflora".

Deres kunder ved, at de er lokalt forankret med 330 butikker, og at det er dem, der leverer på deres vegne. Forbrugerne kunne derfor tro, at Abella Blomster er en del af Interflora-netværket. Der er så stor tillid til Google, at de fleste forbrugere klikker på den første annonce, men den anden annonce er lige så troværdig. De får klager over leveringer hver dag, hvor forbrugeren tror, at det er dem, de har bestilt hos, men hvor det viser sig at være andre forhandlere.

De har selv rettet henvendelse til Google, som siger, at de ikke blander sig i sager af denne karakter.

De har via deres It-firma fulgt Googles politik vedrørende beskyttelse af varemærker.

Søren Flemming Larsen har forklaret blandt andet, at han er administrerende direktør i Interflora, hvilket han har været siden 1. juli 2014.

Interflora blev kontaktet af Miljø- og Fødevarestyrelsen grundet manglende varedeklarering mv. af produkter på deres hjemmeside. Der blev afholdt et møde herom, og han drøftede efterfølgende med styrelsen, hvordan de kunne sikre, at hele branchen opfyldte de gældende krav til deklarering mv. I den forbindelse fik han at vide, at styrelsen manglede ressourcer til at undersøge dette, og han påtog sig derfor selv opgaven i sin egenskab af formand for brancheforeningen.

Euroflorist, Bloomit og Abella fik herefter også en henvendelse fra styrelsen.

Mathias Ebert Christensen har forklaret blandt andet, at han er søn af ejeren af Abella Blomster, Jeanette Rasmussen. Han er derudover IT-supporter hos Abella Blomster, hvor de er i alt fem ansatte. De sælger blomster, chokolade og gavekurve, som de også leverer.

De er ikke en del af Interflora, da der stilles strenge krav til medlemmerne for at kunne deltage i netværket, og fordi de føler, at Interflora ville overtage forretningen. De vil gerne være en selvstændig butik og ønsker ikke at blive associeret med Interflora.

De bruger AdWords, hvilket er nødvendigt for at komme mere bredt ud til kunderne. De har eksempelvis købt "bårebuketter", "delikatesser øl og vin", "gavekurve", "send blomster", "send" og "blomster". De har ca. et par hundrede søgeord, og priserne herfor svinger meget.

De blev meget overraskede over brevet fra Interflora, da de ikke har købt "interflora", "sig det med blomster" eller andre afarter af "interflora" som søgeord.

De fik deres IT-mand, Ruben Jusiong, til at besvare Interfloras brev. De tjekkede selv, at de ikke havde "interflora" på deres interne AdWords-liste.

Han ved ikke, om de tjener penge på kombinationssøgningen "send blomster interflora". "Send blomster" er i sig selv et stærkt søgeord.

De har ikke gjort noget galt og ikke brugt andres varemærker. Hvis alle blomsterforhandlere skulle registrere hinandens navne som negative søgeord, ville der til sidst ikke være flere tilbage, og de ville hele tiden skulle holde øje med nye forhandlere. Det ville kræve en fuldtidsansat.

De har tidligere fået et advokatbrev fra Bloomit, men de havde heller ikke købt "bloomit" som søgeord. Deres IT-mand besvarede også dette brev og henviste til Googles politik for varemærkebeskyttelse. De har ikke angivet "bloomit" som negativt søgeord, og de er ikke blevet sagsøgt af Bloomit.

De har ikke fået andre henvendelser end fra Bloomit og Interflora.

Deres IT-mand har talt med Google om denne sag.

At der ikke fremkommer andre annoncører på skærmpriintet fra 2019, kan skyldes, at andre blomsterhandlere har angivet "interflora" som negativt søgeord.

Af skærmpriintet fra januar 2020 fremgår Deleuran og Gerbera Blomster samt Abella Blomster. Man kan ikke se, at Abella Blomster ikke er en del af Interflora, men man kan heller ikke se, at Deleuran Blomster faktisk er det.

Deres omsætning er en brøkdel af Interfloras og ikke tocifret.

Thomas Koch har forklaret blandt andet, at han er uddannet markedsføringsøkonom og Head of Search hos MediaCom, hvor han i seks år primært har beskæftiget sig med Google Ads, tidligere AdWords.

Han har arbejdet sammen med Interflora i 3 år frem til november 2019, hvor han hjalp med annoncering på Google Ads.

Google Ads er en annonceplatform, som stilles til rådighed på den almindelige Google søgemaskine med søgeord, der relaterer sig til forbrugersøgninger.

Søgeordene kan være såvel almindelige ord som varemærker, og man kan derfor både købe "interflora" som søgeord samt registrere det som negativt søgeord.

Der findes forskellige søgeformater. Et fleksibelt søgeord er, hvor eksempelvis "blomster" også vises, selvom man søger på "flowers". Ved et bredt modifikatorsøgeord skal "blomster" blot indgå i søgningen for at få annoncen vist eksempelvis, når forbrugeren skriver "send blomster". Hvis man ikke vil vises ved denne søgning, skal man angive "send" som negativt søgeord. Det kan være relevant, hvis man ikke sender blomster, og derfor alene vil fremsøges ved køb af blomster. Et sætningsmatchesøgeord indebærer, at søgeordet skal indgå i sætningen i den rigtige rækkefølge førend annoncen vises. Ved eksaktsøgeord vises annoncen alene ved præcise søgninger på eksempelvis "blomster".

Af skærmprintet fra december 2019 fremgår annoncen for Abella Blomster ved søgning på "send blomster interflora", fordi Abella Blomster ikke har registreret "interflora" som negativt søgeord. Der ville være annoncer for andre blomsterhandlere, hvis de ikke havde registreret "interflora" som negativt søgeord.

Af skærmprintet fra januar 2020 fremkommer Abella Blomster ligeledes ved søgning på "send blomster med interflora", fordi Abella Blomster har købt søgeordene "send blomster" og ikke angivet "interflora" som negativt søgeord. Det ville give samme resultat, hvis Abella Blomster havde købt "interflora" som søgeord.

Man betaler pr. klik til Google efter et automatiseret auktionssystem. Jo flere annoncer, der vises ved en søgning, jo højere pris skal man betale pr. klik. Det er udbud og efterspørgsel. Abella Blomsters annoncer har herigennem direkte indflydelse på Interfloras annoncebetaling. Når Abella Blomster kommer frem ved søgning på "send blomster interflora", bliver det dyrere for Interflora at annoncere.

Det er normalt i Danmark at registrere konkurrenternes navne og varemærker som negative søgeord. Der er et internt kodeks om dette i alle brancher. Hvis man ikke gjorde det, ville det give højere priser på googlesøgningerne.

Han har været involveret i Design Flower-sagen, hvor han rettede henvendelse til Google. De havde ingen holdning til sagen og blander sig generelt ikke. Han mener ikke, at Google har været involveret i denne sag.

Han ved ikke om Deleuran Blomster er en del af Interflora-netværket. Ud fra Gerbera Blomsters annonce antager han, at de hører under Interflora. Sådan vil han også som forbruger opfatte Abella Blomsters annonce.

Han har anmeldt Interfloras varemærke til Google, men det beskytter kun imod andres anvendelse af "interflora" i deres tekstannoncer.

Ruben Jusiong har forklaret blandt andet, at han ejer virksomheden 7it ApS, som udvikler software. De er Google partner og rådgiver virksomheder om blandt andet søgemaskineoptimering ved brug af AdWords.

Han har udviklet Abella Blomsters webshop og rådgivet dem om annoncering og brug af AdWords.

Han besvarede henvendelsen fra Interflora. Abella Blomster har ikke købt "interflora" eller varianter af "interflora" som søgeord.

Sagen med Bloomit handlede lidt om det samme, da Bloomit også mente, at Abella Blomster misbrugte Bloomits varemærke som AdWord. Det var søgningen på "send blomster til mors dag", der startede det, men Abella Blomster havde ikke købt "bloomit" som søgeord. Han var i den forbindelse i kontakt med Google.

Fra Googles side blev det oplyst, at Googles søgeværktøj opfatter "bloomit" som en blomstervariant, og ved bredt match kommer Abella Blomster frem ved søgning på "blomster". Google opfatter også Interflora som en blomstervariant, ligesom Interflora kommer frem, når der søges på "blomster".

Der foreligger en klar politik fra Google vedrørende varemærker, som han anbefalede Bloomit at anvende. Han har også anbefalet Interflora samme fremgangsmåde.

Man betaler først Google ved klik på annoncen.

Formålet med de negative søgeord er at frasortere ord, fraser eller sætninger, som ikke er relevante eller som man ønsker at udelade i sine søgninger. De skal ikke bruges til varemærker, da Google ellers ikke ville have udarbejdet en politik specifikt til håndtering af varemærker. Såfremt man registrerer sit varemærke hos Google, sker der en frasortering heraf i såvel annoncetext som i søgeresultaterne. Om det kan garanteres, må Google svare på. Google forbeholder sig stadig visning af nære varianter.

Han vil ikke kunne overskue konsekvenserne af en pligt til at angive andres varemærker som negative søgeord. Det ville kræve ekstreme ressourcer, som ville være svært at håndtere for små og mellemstore virksomheder. Det er derfor, at negative søgeord ikke vedrører varemærker.

Ved søgningen på "send blomster med interflora" fra januar 2020 fremkommer kun to annoncer for henholdsvis Interflora og Abella Blomster. Abella Blomster har købt "send blomster", men ikke "interflora". Abella Blomsters annonce vises, fordi Abella Blomster har købt "send blomster" som søgeord og ikke har

angivet "interflora" som negativt søgeord. Det er normalt, at man inden for branchen køber søgeordene "send blomster".

Visningen af annoncer er afhængigt af tidspunkt og økonomi, herunder dagsbudget. Der ligger avancerede algoritmer til grund for, om man bliver vist øverst eller på side 2.

### Parternes synspunkter

For Interflora er der i det væsentlige procederet i overensstemmelse med påstandsdokumentet af 13. maj 2020, hvoraf fremgår:

"...

#### 2. ANBRINGENDER

##### 2.1. Anbringender vedrørende krænkelsspørgsmålet

Til støtte for de nedlagte påstande gøres det i forhold til krænkelsspørgsmålet **gældende**,

- at Interflora Danmark A/S har eneret til at anvende "interflora" som varemærke og kendetegn for blandt andet markedsføring og salg af blomster og hertil relaterede ydelser i Danmark,
- at Abella Blomster ikke har ret til at anvende "interflora" som søgeord på Google Ads i forbindelse med salg og markedsføring af blomster og hertil relaterede ydelser,
- at anvendelsen af Interflora Danmark A/S' kendetegn er i strid med varemærkelovens § 4 og markedsføringslovens § 3 og § 22,
- at Abella Blomster omgående skal ophøre med anvendelsen af "interflora" som søgeord på Google Ads,
- at Abella Blomster har pligt til aktivt at forhindre, at Abella Blomsters annoncering på Google krænker Interflora Danmark A/S' kendetegn, og at dette særligt gælder, når Interflora Danmark A/S har gjort Abella Blomster opmærksom på, at Abella Blomsters annoncering krænker Interflora Danmark A/S' rettigheder,
- at Abella Blomster er afsender af annoncerne, der krænker Interflora Danmarks rettigheder, at det er Abella Blomster, der har valgt hvilke søgeord og fraser, der skal være udslagsgivende for visning af Abella Blomsters annoncer, samt at det er Abella Blomster, der har muligheden for at forhindre fremtidige krænkelser ved at tilføje "interflora" til Abella Blomsters negativliste i Google Ads,

- at det ved vurderingen af, om Abella Blomster krænker Interflora Danmarks rettigheder, er afgørende hvad der bliver søgt på som en helhed, og ikke udvalgte dele af den samlede søgning,
- at en varemærkeindehaver eller rettighedshaver til et efter markedsføringsloven beskyttet kendetegn kan kræve, at en annoncør på Google tilføjer varemærkeindehaverens varemærke eller kendetegn til negativlisten på Google Ads, jf. bl.a. EU-domstolens afgørelse i C-323/09 *Interflora vs. Marks & Spencer*, den engelske afgørelse i *Interflora Inc and another v Marks and Spencer Plc and another [2013] EWHC 1484 (Ch)* af den 12. juni 2013 og Sø- og Handelsrettens dom af 20. januar 2017 i V-80-15, og
- at Abella Blomster skal tilføje "interflora" til Abella Blomsters negativliste i Google Ads på en så effektiv måde, at krænkelse ikke længere kan ske.

Abella Blomsters anbringende om, at Abella Blomster på ingen måde kan skade Interflora Danmark A/S i økonomisk henseende, bestrides.

Uanset om Interflora Danmark A/S er markedsleder eller ej, kan skadegørende handlinger, hvad enten de udføres af små, mellemstore eller store virksomheder, medføre økonomisk skade hos en konkurrent.

Dette gælder særligt i relation til markedsføring via Google, hvor eksempelvis søgeresultaterne ikke skelner mellem virksomheders størrelse og naturligvis ej heller er baseret på, hvorvidt en virksomhed er markedsleder eller ej.

Det **bestrides**, at Interflora Danmark A/S på nogen måde forsøger at "tryne" Abella Blomster, som Abella Blomster gør gældende.

Det **bestrides**, at der eksisterer en retlig forpligtigelse til at anvende private virksomheders klagesystem for at sikre sine varemærker og forretningskendetegn eller øvrige rettigheder efter markedsføringsloven.

Kompetencen til at afgøre tvister imellem to parter tilkommer domstolene, og en part kan ikke være henvist til at anvende en anden erhvervsdrivendes klageadgang, det være sig Googles klageadgang eller andre private aktørers klageadgang, for at sikre sig sine rettigheder.

Endvidere gøres det **gældende**, at en almindelig oplyst og rimelig opmærksom internetbruger, ikke vil have anledning til at opdage, at Abella Blomsters annonce hidrører fra en anden end Interflora Danmark A/S.

I den situation, hvor en internetbruger eksempelvis netop har søgt på "send blomster interflora", har brugeren jo allerede forud for søgningen angivet, at brugeren leder efter annoncer/links fra Interflora Danmark A/S og ikke fra Interflora Danmark A/S' konkurrenter.

Som følge heraf vil en almindelig internetbruger i mange tilfælde givetvis slet ikke opdage, at annoncen stammer fra en anden.

Dette gælder så meget desto mere, når navnet "Abella Blomster" ikke fremgår af annonceteksten i søgeresultat, men alene af en URL-adresse med begrænset synlighed, placeret over annoncen.

Det gøres **gældende**, at det er bredt accepteret inden for markedet for salg af blomster, at der består en forpligtelse til at tilføje konkurrenters velkendte varemærker og kendetegn på negativlisten i Google Ads.

## 2.2. Anbringender vedrørende forbuds- og påbudsbetingelserne

Til støtte for de nedlagte påstande gøres det i forhold til forbudsbetingelserne **gældende**,

- at betingelserne for nedlæggelse af forbud og påbud er opfyldt, jf. retsplejelovens § 413, idet det er godtgjort eller i hvert fald sandsynliggjort,
  - at de handlinger som søges forbudt, strider mod Interflora Danmark A/S' ret i henhold til varemærkeloven og markedsføringsloven,
  - at Abella Blomsters adfærd tydeligvis nødvendiggør, at der meddeles forbud og påbud, og
  - at Interflora Danmark A/S' mulighed for at opnå sin ret vil forspildes, hvis Interflora Danmark A/S henvises til at afvente gennemførelsen af en almindelig retssag,
  - at lovens almindelige regler om straf og erstatning ikke yder Interflora Danmark A/S tilstrækkeligt værn,
  - at forbuddet og påbuddet ikke vil påføre Abella Blomster skade eller ulempe, der står i åbenbart misforhold til Interflora Danmark A/S' interesse i meddelelse af forbuddet og påbuddet, og
  - at sikkerhedsstillelse er uforholdsmæssig, idet Interflora Danmark A/S' rettigheder er godtgjort.
- At Abella Blomster ikke lider nogen nævneværdig skade eller ulempe ved, at der meddeles et forbud og påbud. Ved at tilføje "interflora" som negativt søgeord på Google Ads vil søgninger på "send blomster" (og andre generiske søgeord relateret til blomster) stadig kunne resultere i visning af annoncer fra Abella Blomster.

Abella Blomster har gjort gældende,



*”at et midlertidigt forbud og påbud vil være ganske uproportionalt jf. retsplejelovens §414 ikke blot overfor Abella blomster men tillige den følgevirkning det vil kunne få overfor tusindvis af danske virksomheder som kan blive tounget til at bruge omfattende ressourcer på at holde en negativ liste opdateret med alverdens varemærker, hvilket på ingen måde er proportionalt eller i øvrigt meningen med en negativ liste.”*

Dette **bestrides**.

En erhvervsdrivende er naturligvis ansvarlig for udformningen af sin markedsføringsstrategi og de annonceformer og udformninger, som den pågældende erhvervsdrivende vælger at anvende.

Dette gælder i forhold til annoncer på Google Ads og alle andre annonceplatforme.

Et anbringende om, at det vil være besværligt ikke at krænke en rettighedshaver, bør ikke have juridisk betydning.

Besværligheden opstår alene ved Abella Blomsters egen tilrettelæggelse af deres markedsføring, hvorfor de selv må bære risikoen herfor.

I øvrigt gøres det **gældende**, at det ikke er unødigt, urimeligt besværligt eller disproportionalt at kræve, at Abella Blomster skal sætte ”interflora” på negativlisten i Google Ads.

...”

For Abella Blomster, er der i det væsentlige procederet i overensstemmelse med påstandsdokumentet af 14. maj 2020, hvoraf fremgår:

” ...

## SAGSFREMSTILLING OG ANBRINGENDER

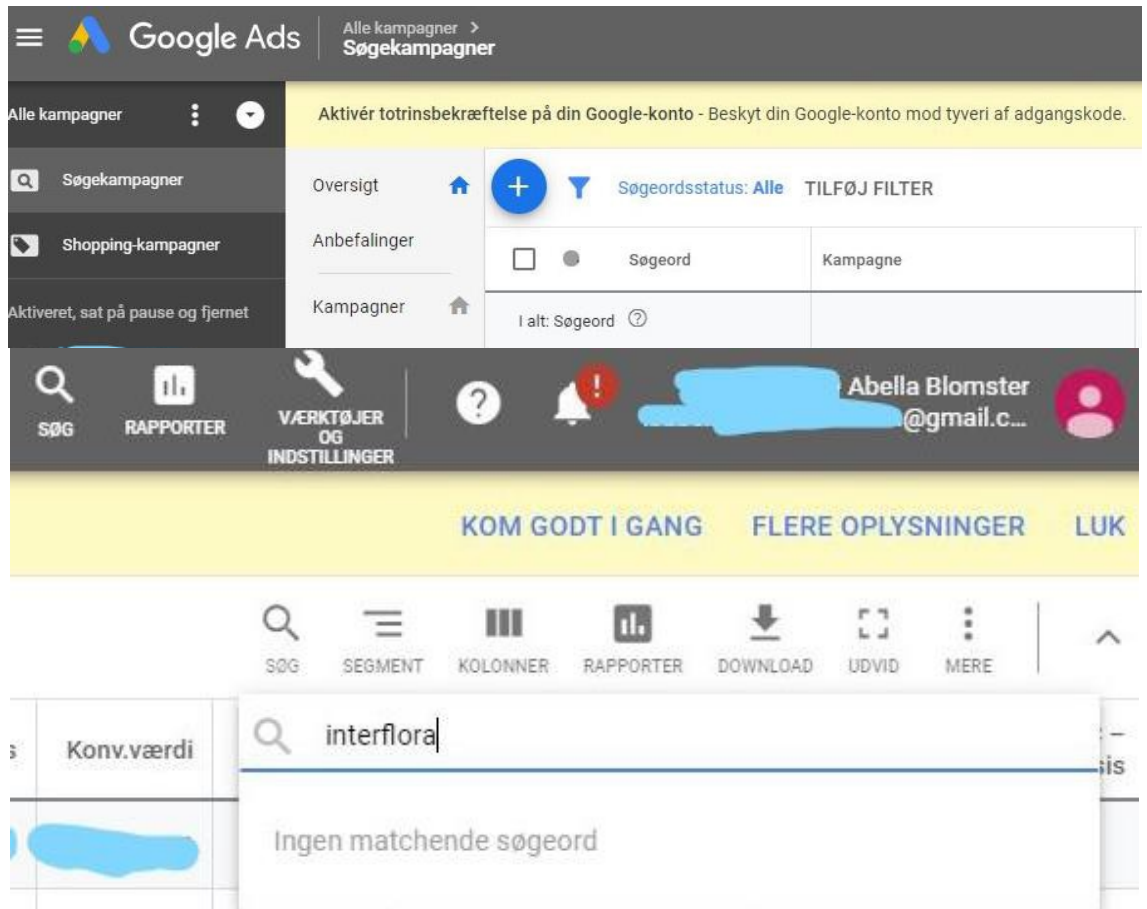
...

### 1. Ikke rette sagsøgte

Til støtte for frifindelsespåstanden gøres helt overordnet gældende, at Abella Blomster ikke er rette sagsøgte i denne sag.

Det er korrekt, at Abella Blomster ligesom andre forretningsdrivende ofte bruger Google AdWords i markedsføringen af sin virksomhed. Det gøres dog gældende, at Abella Blomster netop ikke anvender og ikke har købt ”Interflora” som AdWords. Der henvises til bilag C (...) som dokumentation herfor,

hvoraf det fremgår at Abella Blomster ikke har købt eller anvendt "Interflora" som søgeord jf. "Ingen matchende søgeord":



Dette bekræftes i øvrigt af, at når der søges på "Interflora" på Google kommer Abella Blomsters annonce heller ikke frem jf. skærmprent i bilag D (...) – ganske enkelt fordi Abella Blomster ikke anvender eller har købt "Interflora" som AdWords, hvorfor Interfloras begæring om forbud og påbud allerede af den årsag er grundløs...

Det fremgår også meget tydeligt af det skærmprent, som Interflora fremsendte, at det er ordet "Send Blomster" som aktiverer Abella Blomsters annonce og AdWords "Send Blomster" – fremhævet med fed i Abella Blomsters annonce ...

Det gøres gældende, at termen "Send Blomster" er en generisk betegnelse som ikke kan monopoliseres af Interflora.

Det forhold, at Abella Blomsters annonce fremkommer ved søgning på "Send Blomster Interflora" er Abella Blomster uvedkommende, eftersom Abella Blomster ikke anvender "Interflora" som søgeord, men derimod "Send Blomster".

Det gøres derfor gældende, at Abella Blomster ikke er rette sagsøgte i sagen og Interflora må rette sit krav (påbud/forbud) mod tredjemand, såfremt man ikke er tilfreds med den måde hvorpå indekseringen foregår på Googles platform – dette er Abella Blomster uvedkommende.

## **2. Ej grundlag for forbud og påbud**

Det gøres gældende, at Abella Blomster skal frifindes for Interfloras påstand 1 allerede af den grund, at Abella Blomster ikke anvender "Interflora" som AdWords. Der er således ikke noget at nedlægge forbud imod og påstanden savner desuden aktualitet.

Det gøres derfor gældende, at betingelsen i Retsplejelovens § 413 stk. 1 nr. 2 allerede af den grund således ikke er opfyldt.

Eftersom Abella Blomster ikke har købt eller anvendt "Interflora" som Adwords skal Abella Blomster frifindes. Dette er desuden i overensstemmelse med Sø- og Handelsrettens praksis jf. Sø- og Handelsrettens dom af 20. december 2017 i sag V-18-17 hvor det ikke blev fundet godtgjort at ordret "flyhjælp" havde været anvendt som AdWords og sagsøgte blev således frifundet (...).

## **3. Ej krænkelse**

Til støtte for frifindelsespåstanden gøres overordnet gældende, at betingelserne i Retsplejelovens §413 for at nedlægge forbud og påbud overfor Abella Blomster ikke er opfyldt.

### 3.1 Retsplejelovens § 413 stk. 1 nr. 2 - modpartens adfærd nødvendiggør, at der meddeles forbud eller påbud.

#### 3.1.1 Ingen varemærkeretlig krænkelse

Det gøres gældende, at der ikke er tale om en krænkelse af Interfloras rettigheder, som skulle begrunde et forbud eller påbud. Interflora har hverken godtgjort eller sandsynliggjort, at der skulle være tale om en krænkelse.

Først og fremmest gøres gældende, at der aldrig kan være tale om en varemærkeretlig krænkelse, idet Abella Blomster slet ikke anvender eller har købt "Interflora" som AdWords. Interflora har således hverken sandsynliggjort eller godtgjort den påståede krænkelse.

Det fremgår klart af varemærkeloven § 4 stk. 2 og stk. 3 at forbudsretten knytter sig til "erhvervsmæssig brug af tegnet". Abella Blomster bruger ikke tegnet (Interflora) hvorfor det gøres gældende, at der ikke er tale om en brug der kan

forbydes hverken i henhold til Varemærkeloven eller markedsføringslovens regler.

Det bestrides ikke, at Interflora har en ret til varemærket "Interflora", men det bestrides, at Abella Blomsters adfærd (eller snarere ikke adfærd, da man jo ikke bruger "Interflora") nødvendiggør, at der skulle blive meddelt forbud og påbud jf. 413 stk. 1 nr. 2.

Tværtimod gøres gældende, at Abella Blomster har ført bevis for og som minimum sandsynliggjort, at der ikke er tale om en krænkelse og betingelserne for at nedlægge påbud og forbud ikke er opfyldt.

Al retspraksis tilsiger, der kun kan blive tale om at vurdere en potentiel krænkelse, hvor en virksomhed har købt (og deraf brugt) varemærket som AdWords hos Google. Dette var også tilfældet i den klassiske Interflora afgørelse C-323/09, hvor "M & S har i forbindelse med søge- og annonceringsydelsen »AdWords« valgt ordet »Interflora« og varianter af dette (præmis 18). (...)

Tilsvarende C-324/09 (L'Oreal mod Ebay) *hvor eBay ved at vælge søgeord, som hovedsageligt svarer til L'Oreal's varemærker* inden for rammerne af Googles søge- og annonceringsydelse »AdWords«, viser et reklamelink til hjemmesiden [www.ebay.co.uk](http://www.ebay.co.uk), hver gang det valgte søgeord er sammenfaldende med indholdet af den søgning, en internetbruger foretager på Googles søge- maskine (præmis 39). (...)

Endvidere C-278/08 (BergSpekthe) hvor *"indehaveren af et varemærke kan forbyde en annoncør at reklamere for varer eller tjenesteydelser, der er af samme art som dem, for hvilke det pågældende varemærke er registreret, ved hjælp af et søgeord, der er identisk med eller ligner det pågældende varemærke, og som annoncøren uden samtykke fra den pågældende indehaver har valgt i forbindelse med en søge- og annonceringsydelse på internettet, såfremt den nævnte reklame ikke eller kun med vanskelighed giver den gennemsnitlige internetbruger mulighed for at gøre sig bekendt med, om de i annoncen omhandlede varer eller tjenesteydelser hidrører fra varemærkeindehaveren eller fra en virksomhed, der er økonomisk forbundet med denne, eller derimod hidrører fra en tredjemand"* (Præmis 41) (...)

Det gøres gældende, at det må stå ganske klart, at der skal være tale om aktiv brug førend der kan blive tale om en krænkelse. Abella Blomster har netop ikke købt "Interflora" som AdWords og det gøres gældende, at Abella Blomster ikke er ansvarlig for, at deres AdWords "Send Blomster" – som er generiske og ikke kan monopoliseres af Interflora – skulle medføre annoncen i bilag F vel og mærke når der søges på "Send Blomster Interflora".

Det gøres hertil gældende, at der overhovedet ikke skal foretages en vurdering af, om Abella Blomsters annonce giver anledning til forveksling med Interfloras virksomhed, da der på intet tidspunkt er tale om "brug", da man jo

ikke anvender/har købt "Interflora" som AdWords, hvilket er en klar forudsætning. Eftersom der ikke er tale om brug jf. Varemærkelovens § 4 stk. 2 er der allerede af den grund ikke behov for at vurdere om annoncen i sig selv er forvekslelig eller identisk jf. § 4 stk. 2 nr. 1 og 2 og der kan derfor aldrig være tale om en eneretskrænkelse.

Det gøres dog subsidiært gældende, at anvendelse af andres kendetegn eller varemærker som Google AdWords ikke i sig selv er ulovlig, såfremt denne form for annonce giver en internetbruger, der er almindeligt oplyst og rimeligt opmærksom, mulighed for at gøre sig bekendt med, om de i annoncen omhandlede varer eller tjenesteydelser hidrører fra varemærkeindehaveren eller fra en virksomhed, der er økonomisk forbundet med denne, eller derimod hidrører fra en tredjemand.

Dette fremgår tydeligt af en række afgørelser afsagt af EU Domstolen, herunder dommen af d. 23. marts 2010 i de forenede sager C-236/08 – C-238/08, præmis 99 (...), dommen af d. 12. juli 2011 i sag C-324/09, præmis 97 (...), og dommen af d. 8. juli 2010 i sag C-558/08, præmis 44 (...) samt C-278/08 præmis 41 (...).

Brug af sådanne søgeord er derfor som udgangspunkt ikke retsstridig, når det relevante kendetegn eller varemærke ikke fremgår af annoncens overskrift, og der ellers klart kan udledes af annoncens tekst, at afsenderen ikke er indehaver af det omhandlede varemærke eller kendetegn, men derimod en tredjemand, hvilket også er tilfældet i nærværende sag.

Det gøres gældende, at der i denne sag på ingen måde kan være forvekslingsfare og det må afvises, at der skulle være tale om snyltning. I denne sag er der ikke tale om brug af et kendetegn, men tale om en loyal brug af en generisk betegnelse "Send Blomster", og det fremgår med al tydelighed af annoncen, at det er en annonce for Abella Blomster og Interflora fremgår ikke af annoncen, hvorfor der aldrig kan blive tale om en krænkelse, der kan begrunde et midlertidigt forbud eller påbud.

Det må derfor også afvises som fremført af Interflora, at "Det skaber forvirring hos Interflora Danmark A/S' kunder, når kunderne på Google specifikt søger på "interflora" i sammenhæng med f.eks. "blomster" – og her bliver mødt af en annonce fra Abella Blomster blandt de allerøverste søgeresultater". Faktum er desuden at Abella Blomsters annonce slet ikke kommer frem, når der søges på "Blomster Interflora" jf. bilag G (...).

### 3.1.2 Ingen markedsføringsretlig krænkelse.

Med den klare praksis for Sø- og Handelsretten samt EU Domstolen, gøres det gældende, at der aldrig kan være tale om en varemærkeretlig krænkelse, al den stund Abella Blomster jo ikke bruger "Interflora" som AdWords. Tilsva-

rende gør sig gældende i forhold til en vurdering efter markedsføringslovens regler.

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

Bestemmelsen supplerer reglerne om kendetegnsbeskyttelse i varemærkeloven og det gøres gældende, at begrebet *"må ikke benytte forretningskendetegn"* skal fortolkes i overensstemmelse med "brug" jf. varemærkelovens § 4 stk. 2. Af de samme anbringender som anført ovenfor under pkt. 3.1.1 gøres derfor gældende, at der aldrig kan være tale om en markedsføringsretlig krænkelse, da Abella Blomster ikke bruger "Interflora" som AdWords.

Det skal også afvises, at der kan være tale om en krænkelse efter Markedsføringslovens § 3 om handlinger i strid med god skik, for det første fordi der ikke er tale om "brug" og for det andet fordi der hverken er tale om ond tro eller illoyal adfærd fra Abella Blomster side.

Der sker ikke en vildledning af forbrugerne – det kan klart konstateres, at det er to forskellige annoncer, og Abella Blomster har ikke handlet i strid med god markedsføringsskik, da Abella Blomster ikke har foretaget en aktiv handling – man har ikke anvendt "Interflora" som AdWords.

Det skal også afvises, at det kan udgøre en krænkelse efter markedsføringsloven, at Abella Blomster ikke ønsker at anvende en negativ liste. Dette er i sig selv ikke en handling i strid med god markedsføringsskik. Tværtimod kunne man omvendt anføre, at Interflora handler i strid med god skik, når de forsøger at tvinge blomsterbutikker til at anvende en negativ liste, der slet ikke er designet til at håndtere problemstillingen jf. nedenfor.

Det er også en forudsætning efter markedsføringslovens regler, at der er et element af ond tro eller dadelværdigt forhold, hvilket ikke er til stede i denne sag, da man aldrig har brugt "Interflora" Det gøres derfor gældende, at Abella Blomster på ingen måde er i ond tro eller kan siges at snylte på "Interflora", da man ikke aktivt bruger "Interflora" som AdWords eller i sin markedsføring i øvrigt.

Der er også et betydeligt styrkehold mellem parterne hvilket tillige skal tages i betragtning, og det er meget svært at få øje på den påståede skadevirkning – som er fuldstændig udokumenteret – der kan være ved at forbrugere søger på lige præcis "Send Blomster Interflora" i modsætning til f.eks. "Interflora" og "Send Blomster" , hvilket trods alt forekommer meget mere oplagt at søge efter – det må Interflora tåle eller kontakte Google.

Det kan konstateres, at Interflora har valgt ikke at opfylde provokation 2 *"Interflora opfordres (2) til at oplyse sin markedsandel i Danmark?"*

Det gøres i forhold til provokation 2 gældende, at det skal tillægges processuel skadevirkning derhen, at det lægges til grund at Interflora er markedsleder på det danske marked, og henset til størrelsen af Interfloras virksomhed kan det på ingen måde skade denne økonomisk, at Abella Blomsters annonce fremkommer alene ved søgningen på kombinationen "Send + Blomster + Interflora", herunder henset til at Abella blomster slet ikke anvender "Interflora" som AdWords.

Sidst men ikke mindst beskytter markedsføringsloven jo alle erhvervsdrivende og den beskytter også Abella Blomster mod Interflora. Det gøres tillige gældende, at Interflora forsøger at misbruge sin eneret til "Interflora" ved at forsøge at udstrække denne eneret til forhold, som der hverken er basis for i retspraksis eller lovgivningen.

Man kunne sagtens forestille sig en situation hvor en forbruger ønskede at søge på "Alternativ til "Interflora" – hvis Abella Blomster havde købt AdWords "Alternativ til" og Interflora var på en negativ liste, ville en sådan annonce ikke fremkomme og forbrugeren ville deraf være afskåret fra at finde alternativer til Interflora. Det gøres gældende, at der fra Interflora side reelt set er tale om misbrug af sin dominerende stilling på markedet ved at overfortolke sine rettigheder til at afskære sund konkurrence – det er et forsøg på markedsfortrængning. Det kan derfor aldrig være Abella Blomster som skulle have handlet i strid med Markedsføringsloven.

Afslutningsvist skal anføres, at der kan aldrig blive tale om en illoyal adfærd efter markedsføringsloven allerede forbi der ikke er tale om en krænkelse efter varemærkeloven. Dette ville i givet fald indebære, at den afbalancering af varemærkeindehaverens og tredjemænds interesser, der er fastlagt i varemærkeretten, bliver forrykket af nationale regler, og hermed, at den tilstræbte harmonisering af varemærkeretten bliver undermineret af national ret, hvilket strider mod princip- pet om EU-konform fortolkning.

Det gøres gældende, at reglerne om illoyal konkurrence (Markedsføringslovens § 3) ikke kan anvendes til at indskrænke den ret som varemærkeindehaveren har efter varemærkelovgivningen. Man vil ikke efter markedsføringsloven kunne forbyde registrering af en andens varemærke som søgeord/AdWords, som er lovlig efter varemærkeloven. Allerede af den grund kan der aldrig være tale om en markedsføringsretlig krænkelse, da Abella Blomster ikke har registeret "Interflora" som søgeord, hvor det også må afvises, at der skulle være andre særlige illoyale momenter at bebrejde Abella Blomster.

### 3.1.3 Retsforlig

Interflora har som bilag 7 (...) fremlagt et forlig med Euroflorist A/S. Det gøres gældende, at forliget ikke har præjudikatsværdi i forhold til nærværende tvist og det fastholdes, at Interflora ikke kan udstrække sin eneret til "Interflora" til at påbyde andre erhvervsdrivende som Abella Blomster til at sætte "Interflora" på en negativ liste hos Google, al den stund Abella Blomster slet ikke anvender Interflora som AdWords.

Tilsvarende gøres gældende i forhold til bilag 10 (...) - en udeblivelsesdom fra Københavns Byret - og et forlig på baggrund heraf i bilag 9 (E76). Dette siger absolut ingenting i forhold til faktum i nærværende sag og den juridiske problemstilling.

#### 4. Google AdWords

Google har en klar fremgangsmåde, hvis man ønsker at beskytte et registreret varemærke hos Google, og hvis man mener man har været udsat for en krænkelse: <https://support.google.com/adspolicy/answer/2562124?hl=da> jf. bilag H (...).

Interflora har ikke besvaret Abella Blomsters provokation (3), hvorvidt Interflora har anvendt fremgangsmåden som beskrevet i bilag H? Dette må tillægges processuel skadevirkning derhen, at Interflora selv bærer ansvaret for Googles indeksering, og ikke kan vælte dette over på Abella Blomster.

Google skriver følgende om negative søgeord jf. bilag I (...:

*Negative søgeord giver dig mulighed for at ekskludere søgeord fra dine kampagner og hjælper dig med kun at fokusere på de søgeord, der er vigtige for dine kunder. En forbedret målretning kan medvirke til at sikre, at din annonce vises til interesserede brugere, og kan øge dit investeringsafkast.*

*Til søgekampagner kan du bruge negative søgeord til bredt match, sætningsmatch eller eksakt match. Disse negative matchtyper fungerer dog på en anden måde end deres positive modparter. Den primære forskel er, at du skal tilføje synonymmer, entals- eller flertalsformer, stavfejl og andre relevante varianter, hvis du ønsker at ekskludere disse.*

Det er helt oplagt, når man læser om Googles negative søgeord, at der ikke sigtes til varemærker. Hvis man ønsker at ekskludere varemærker, har man netop mekanismen beskrevet i bilag H. Allerede af den grund er der ikke basis for et påbud eller forbud mod Abella Blomster.

Det skal tilføjes, at det nævnes at "*Negative søgeord matcher ikke nære varianter, så dine annoncer vil muligvis stadig blive vist ved søgninger eller sider, der indeholder nære varianter af dine negative søgeord*" jf. bilag I. Netop derfor skal Interflora



i denne sag bruge Googles fremgangsmåde i bilag H og ikke påtvinge andre forretningsdrivende negative søgeord.

Der henvises til bilag J (...) e-mail korrespondance fra Abella Blomsters IT firma med en anden Blomsterforretning "Bloomit" og Google der illustrerer den samme problemstilling som i denne sag; nemlig at der ved anvendelse af Googles negative søgeord ikke sigtes til varemærker som forklaret af Google.

Hvis man ønsker at ekskludere varemærker, har man netop mekanismen beskrevet i bilag H som Google refererer til i bilag J. Allerede af den grund er der ikke basis for et påbud eller forbud mod Abella Blomster.

Det skal i øvrigt afvises, som anført af Interflora, at Abella Blomster skulle være i ond tro, fordi man tidligere har fået samme type henvendelse som i denne sag blot fra en anden Blomsterforretning "Bloomit" – i den sag havde Abella Blomster ikke anvendt "Bloomit" som AdWords, ganske som Abella Blomster ikke har anvendt "Interflora", hvorfor krænkelsen blev afvist.

#### 4.1 Negativ liste

Det gøres gældende, at Abella Blomster ikke skulle være forpligtet – hverken efter varemærkeloven eller markedsføringsloven til at anvende en negativ liste. Dette kan på ingen måde udledes af V-80-15 (...) som anført af Interflora, og fremgår ikke af dommens præmisser. Denne sag er i øvrigt ikke at sammenligne med den refererede sag, da Abella Blomster ikke har anvendt "Interflora" som AdWords, hvilket er helt afgørende.

Det gøres med henvisning til ovenfor gældende, at Interflora ikke kan udstrække sin eneret til "Interflora" til at påbyde andre erhvervsdrivende som Abella Blomster til at sætte "Interflora" på en negativ liste på Google, al den stund Abella Blomster slet ikke anvender Interflora som AdWords.

Det ville give en højst uheldig retstilstand, hvis virksomheder skulle være tvunget til at tage højde for alverdens varemærker, som man overhovedet ikke har anvendt, samt huske at komme disse på en såkaldt negativ liste, blot fordi annoncerne fremkommer på Google ved tilfældige sætningskombinationer.

Det gøres gældende, at Interflora overfortolker sin eneret, som ikke kan udstrækkes til en "negativ" handling – altså en situation som i den foreliggende, hvor man ikke anvender varemærket, men hvor rettighedshaver alligevel påstår sig krænket og nedlægger påbud og forbud.

Det forekommer, at Interflora ønsker alle andre blomsterbutikker udelukket fra at annoncere på Google uafhængig af at "Interflora" slet ikke anvendes som søgeord, men hvor annoncerne alligevel fremkommer grundet sætningens sammensætning og Googles måde at styre annoncerne på.

Det gøres gældende, at Abella Blomster ved sine anbringender, fremlagte bilag og relevant rets- praksis har løftet bevisbyrden for, at der ikke er tale om en krænkelse af varemærkeloven og/eller markedsføringsloven hvorfor Abella Blomster skal frifindes og begæringen nægtes fremme.

### **5. Retsplejelovens § 413 stk. 1 nr. 3**

Det gøres gældende, at Interflora ikke vil forspilde sin ret ved at afvente en almindelig retssag jf. Retsplejelovens §413 stk. 1 nr. 3, hvilken normalt kan være afsluttet i første instans indenfor 1 år.

Interflora forsøger at påberåbe sig en krænkelse, som ganske enkelt ikke er til stede, da Abella Blomster jo netop ikke anvender "Interflora" som AdWords, og derfor må Interflora også tåle at skulle afvente en almindelig retssag.

Der er intet hastende ved denne sag – eller Abella Blomsters adfærd (snarere ikke-adfærd) i øv- rigt, som begrundet et midlertidig forbud og påbud jf. retsplejelovens § 413 stk. 1 nr. 3. Såfremt Interflora fortsat måtte ønske at forfølge denne sag, er Interflora nødsaget til at anlægge en almindelig retssag i stedet.

### **6. Retsplejeloven § 414**

Der gøres tillige gældende, at et midlertidigt forbud og påbud vil være ganske uproportionalt jf. retsplejelovens §414 ikke blot overfor Abella blomster, men tillige den følgevirkning det vil kunne få overfor tusindvis af danske virksomheder, som kan blive tvunget til at bruge omfattende ressourcer på at holde en negativ liste opdateret med alverdens varemærker, hvilket på ingen måde er proportionalt eller i øvrigt meningen med en negativ liste.

Interflora forsøger at bruge Googles negativ liste som instrument til at gennemtvunge en krænkelse, der ganske enkelt ikke er til stede hverken varemærke- eller markedsføringsretligt. Dette er ganske uproportionalt og Betingelserne i retsplejelovens § 413 og §414 er således ikke opfyldt.

I april 2020 fik Abella Blomster en henvendelse fra Miljø- og Fødevarestyrelsen jf. bilag M (...), da en forbruger havde klaget over, at flere gavekurve med færdigemballerede fødevarer til salg på Abella Blomsters hjemmeside ikke var forsynet med ingrediensliste, næringsdeklaration og varebetegnelse. Forbrugeren, der havde klaget over Abella Blomster, var Interfloras direktør Søren Flemming Larsen jf. bilag N (...). Abella modtog en indskærpelse med gebyrbelagt opfølgende kontrol.

Dette forhold viser, at en stor virksomhed som Interflora forsøger at tryne en lille selvstændig blomstervirksomhed som Abella Blomster med alle midler – ganske uproportionalt. Dette er netop meget symptomatisk også for denne retssag, der er anlagt som en midlertidig forbuds- og påbudssag, og som an-

går forbud mod noget man ikke foretager sig samt påbud om at anvende en negativ liste.

Det gøres gældende, at en fortolkning af varemærkelovens § 4 om brug ikke kan føre til, at der kan nedlægges et sådant midlertidig forbud og påbud, da varemærket "Interflora" for det første ikke er brugt eller købt som AdWords af Abella Blomster, og for det andet vil en sådan fortolkning af dette spørgsmål, der er uprøvet i dansk ret, give anledning til en sådan tvivl, at det ikke kan anses for sandsynliggjort, at Abella Blomster skulle have krænket Interfloras ret. Det samme gør sig gældende efter markedsføringslovens regler.

Der henvises i øvrigt til Højesterets dom i U. 2010.228H (...), hvor fortolkningen af varemærkeloven og markedsføringsloven i forbindelse med netop brug af AdWords gav anledning til en sådan tvivl, at der ikke kunne nedlægges fogedforbud;

*Vi finder, at de nævnte spørgsmål om fortolkningen af varemærkelovens § 4 og § 5, nr. 3 (vare- mærkedirektivets artikel 5 og artikel 6, stk. 1, litra c), giver anledning til en sådan tvivl, at det ikke kan anses for sandsynliggjort, at HE-House har krænket SMC's varemærker ved at lade disse registrere som søgeord. Det kan heller ikke anses for sandsynliggjort, at HE-House har overtrådt markedsføringslovens § 1. (...)*

Abella Blomster anser det for åbenbart, at der ikke er tale om en krænkelse i denne sag, men det gøres subsidiært gældende med henvisning til Højesterets afgørelse ovenfor, at enhver tvivl om lovfortolkning må komme Abella Blomster til gode og Interflora kan allerede af den grund ikke få nedlagt et midlertidigt forbud og påbud i denne sag, hvilket i øvrigt ville få ganske voldsomme konsekvenser for mange danske virksomheder såfremt der blev nedlagt et sådan.

Såfremt Interflora ønsker spørgsmålet prøvet har Abella Blomster opfordret Interflora til at anlægge en almindelig retssag herom i stedet, herunder idet nærværende sag mere bærer præg af chikanøs karakter end hastende karakter, hvorfor forbud og påbud ikke kan meddeles, da lovens almindelige regler om straf og erstatning yder Interflora tilstrækkeligt værn jf. Retsplejelovens § 414.

Såfremt retten desuagtet måtte fremme forbuds- og påbudsforretningen gøres gældende, at sådan påbud og forbud skal betinges af, at Interflora stiller sikkerhed i sagen med et beløb efter rettens skøn

..."

## **Rettenns begrundelse og resultat**

Det er ubestridt, at Abella Blomster ikke har registreret "interflora" som søgeord i Google Ads, og at Abella Blomsters annonce derfor ikke kommer frem, når man søger på "interflora" alene.

Det fremgår af de fremlagte skærmpoint af Google-søgningerne på "send blomster interflora" og "interflora blomster", at Abella Blomsters annonce kommer frem ved disse søgninger, som består af en kombination af "interflora" og generiske søgeord registreret af Abella Blomster som f.eks. "send blomster". Det lægges efter forklaringen fra Ruben Jusiong til grund, at dette skyldes den måde, som Google fungerer på.

Det er rettenns opfattelse, at Abella Blomster ikke herved har anvendt "interflora" som søgeord på Google Ads. Abella Blomster gør dermed heller ikke brug af "interflora" som varemærke eller forretningskendetegn, og der foreligger allerede af den grund ikke en krænkelse af Interfloras rettigheder efter varemærkelovens § 4 og markedsføringslovens § 22. Den omstændighed, at det vil være muligt for Abella Blomster at forhindre, at Abella Blomsters annonce vises, ved at angive "interflora" som negativt søgeord, kan ikke føre til et andet resultat.

Der er endvidere ikke grundlag for at pålægge Abella Blomster at angive "interflora" som negativt søgeord, og Abella Blomster har således ikke handlet i strid med god markedsføringsskik efter markedsføringslovens § 3 ved at undlade at efterkomme Interfloras anmodning herom.

Som følge af det anførte er betingelserne for at nedlægge forbud og påbud ikke opfyldt, jf. retsplejelovens § 413, og anmodningen om midlertidigt forbud og påbud nægtes derfor fremme.

Efter sagens udfald skal Interflora betale sagens omkostninger. Efter sagens omfang og forløb fastsættes beløbet til dækning af rimelige advokatudgifter til 40.000 kr. ekskl. moms.

### **THI BESTEMMES:**

Interfloras anmodning om midlertidigt forbud og påbud nægtes fremme.

Interflora Danmark A/S skal til Abella Blomster v/Jeanette Rasmussen inden 14 dage betale sagsomkostninger med 40.000 kr.

Sagsomkostningerne forrentes efter rentelovens § 8 a.