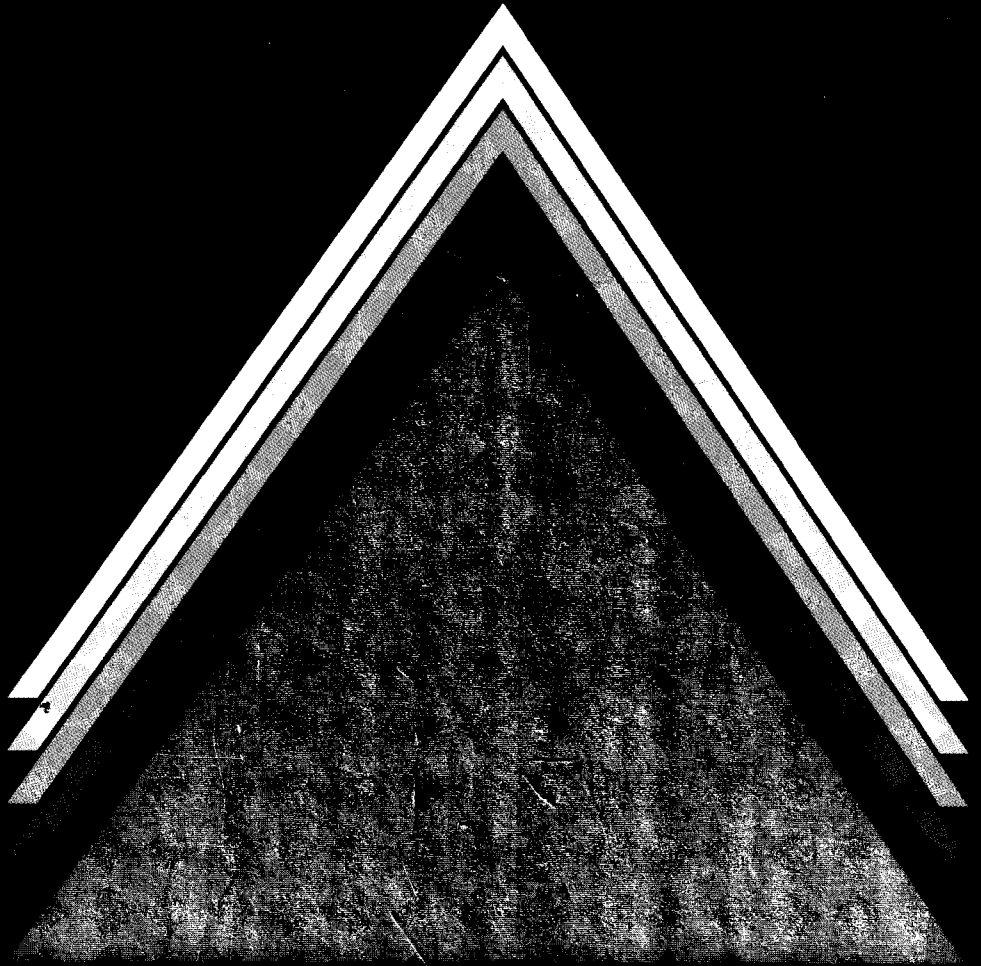


Produkt-
erklæringer

ERLING BORCHER



GADJURA

© Gadlura A/S (FTD) A/S) 1995

Omslag: Axel Surland

Sats og tryk: AKA-PRINT A/S, Århus

Mekanisk, fotografisk eller anden
gengivelse af denne bog er ikke tilladt
ifølge gældende dansk lov om ophavsret.
Alle rettigheder forbeholdes.

ISBN 87-607-0329-6

Førord

Forpraksis og litteratur er ført ajour til 1. januar 1995.

Mine medarbejdere Anders Stubbe Arndal, Hanne Frydendall Bertelsen, Anne Cathrine Jungersen, Ieben Nielsen og Michael Seiffert har ydet en stor indsats ved udarbejdelsen af fremstillingen, som jeg takker dem for.

Erling Borchert

Indholdsfortegnelse

1.0	Bogens formål	11
2.0	Indledning	15
2.1	Konflikten	15
2.1.1	Form og funktion	15
2.1.2	Produktefterligning	16
2.2	Emneafgrænsning og terminologi	19
3.0	Hovedtræk i formgivningens og retsreglernes udvikling	23
3.1	Formgivningen omkring århundredskiftet	23
3.2	Retssystemet omkring århundredskiftet	24
3.3	Funktionalismens gennembrud	28
3.4	Retssystemets udvikling i 1930'erne	30
3.4.1	Den ophavsretlige beskyttelse	30
3.4.2	Den mønsterretlige beskyttelse	31
3.4.3	Den konkurrenceretlige beskyttelse	31
3.5	Formgivningens udvikling i 2. halvdel af århundredet ...	32
3.6	De seneste udviklinger i retssystemet	34
3.6.1	Den ophavsretlige beskyttelse	34
3.6.2	Den mønsterretlige beskyttelse	37
3.6.3	Den markedsføringsretlige beskyttelse	43
3.7	Sammenfatning	44
4.0	Interesseafvejninger omkring efterligningsbeskyttelsen	45
4.1	Produktfremtoningens betydning	45
4.1.1	Afsætningsinteressen	45
4.1.2	Produktets egen værdi	46
4.1.3	Negative sider ved design	46
4.2	Hensynene bag fremtoningsbeskyttelse	47
4.2.1	Den naturlige inspiration	47
4.2.2	Hensynet til producent/designer	49
4.2.3	Produktefterligningens natur	50

5.0	Ophavsretsloven	53
5.1	Retsstiftelsen	53
5.2	Værkshøjde	58
5.2.1	Generelt om værkshøjde	58
5.2.2	Kunstnerisk kvalitet	61
5.2.3	Værkshøjdebegrebets nærmere indhold	64
5.2.4	Sammenfatning	70
5.3	Retsbeskyttelsens omfang	72
5.3.1	Generelt om retsbeskyttelsen	72
5.3.2	Retsbeskyttelsens nærmere indhold	80
5.3.3	Retsbeskyttelsens varighed	83
5.4	Sammenfatning	84
6.0	Mønsterloven	87
6.1	Regelsættet	87
6.2	Retsstiftelsen	89
6.3	Mønsteret	89
6.4	Nyheds- og adskillelseskraft	90
6.5	Retsbeskyttelsens omfang	95
6.6	Retsbeskyttelsens varighed	99
6.7	Sammenfatning	99
7.0	Markedsføringsloven	101
7.1	Regelsættet	101
7.2	Forholdet til ophavsrets- og mønsterloven	103
7.3	Krav til produktets fremtoning	107
7.3.1	Særpræg	107
7.3.2	Nyhed	110
7.3.3	Teknik	110
7.3.4	Farver	111
7.3.5	Sammenfatning	113
7.4	Retsbeskyttelsens omfang	114
7.4.1	Interesseafvejninger	114
7.4.2	Konkurrencerelationen	115
7.4.3	Subjektive forhold	117
7.4.4	Sammenfald i fremtoning	119
7.4.5	Leveringsnægtelse	126
7.4.6	Tidligere samarbejde	128
7.4.7	Reserve dele og tilbehør	131
7.4.8	Sammenfatning	133

8.0	Sanktionssystemet	135
8.1	Regelsættet	135
8.2	Fogedforbud og undladelsesdom	136
8.2.1	Fogedforbud	136
8.2.2	Undladelsesdom ved almindelige domstole	148
8.3	Erstatning	148
8.3.1	Regelsættet	148
8.3.2	Ophavsretsloven og markedsføringsloven	149
8.3.3	Rimeligt vederlag	157
8.3.4	Godtgørelse for ikke-økonomisk skade	159
8.3.5	Mønsterloven	160
8.4	Tilintetgørelse mv.	160
8.4.1	Generelt	160
8.4.2	Ophavsretsloven	160
8.4.3	Mønsterloven	161
8.4.4	Markedsføringsloven	162
8.5	Straf	162
8.6	Sammenfatning	163
	Domsliste	165
	Litteraturliste	173
	Artikler	175
	Betænkninger	179
	Kommentarer til danske højesteretsdomme	181
	Domsregister	183
	Stikordsregister	185

1. Bogens formål

Immaterielretten er undergået en voldsom udvikling i dette århundrede, og retsområdet får en stadig større økonomisk betydning for det erhvervsliv, det som altovervejende hovedregel henvender sig til¹. Immaterielretten er samtidig ikke blot for sagsbehandleren, men også for den udenforstående særdeles livsnær, fordi den ofte vedrører forhold, der griber direkte ind i både virksomhedernes og forbrugernes dagligdag. Det er derfor muligt umiddelbart at forholde sig til mange af de immaterielretlige problemstillinger: Er varemærket Pufasol forveksleligt med Pufasol (levertran), må Anders And afbildet og Hvaldt i Tarzan-urskovsdragt kaldes *Tarzand*, må en virksomhed anvende Piet Mondrian's superellipse ved udformningen af en bordplade. Eksemplerne er utallige og lige fængslende hver gang.

Krænkelser af immaterielrettigheder giver i vid udstrækning anledning til retssager, da forligsmæssige mellemønsninger sjældent er mulige. Karakteristisk for sagerne er også, at de kan være fyldt med megen dramatik og efter de involverede advokaters og virksomheders temperament tillige med et stærkt følelsesmæssigt engagement. Krænkelssager bevæger sig typisk i »forreste linje«, da de vedrører virksomhedens salgs- og markedsføringsbestrebelsers, og de større sager har tillige offentlighedens bevågenhed. Økonomi, prestige og image smelter sammen i disse sager og giver dem en kraft og et engagement, som de fleste andre sagsområder må være foruden.

For den, der arbejder med immaterielretlige problemer, er det karakteristisk, at der ved stillingtagen til, om der på et givet område foreligger en rettlighed, og om denne er krænket eller ej, skal øves en betydelig grad af skøn – et skøn, der typisk er særdeles konkret. Lovteksten og forarbejderne er ofte lidet vejledende ved overvejelserne om, hvorledes der skal reageres, og retspraksis er mange gange for sporadisk til at danne grundlag for en beslutning. Den nutidige juridiske litteratur, der findes inden for det immaterielretlige område, er – bortset fra enkelte markante forfattere – af uransaglige grunde begrænset både for så vidt angår generelle værker som specialafhandlinger. Store dele af

¹ Om immaterielrettens historiske udvikling se Mogens Koktvedgaard »Immaterielretspositioner«, kap. III og samme forfatter »Immaterielretten på vej mod år 2000«, s. 168-176, Per Håkon Schmidt »Teknologi«, kap. I og II, samt Ragnar Knoph »Åndsretten«, s. 18-39.

immaterialretten henligger således ubeskrevet eller uden en opdateret beskrivelse. I flæng kan nævnes ophavsretten, mønsterretten, patentretten, samt reglerne om brugsmønstre. Den del af markedsføringsretten, der optræder som et supplerende retsværn i forhold til immaterialretten, er også kun sparsomt behandlet². Hjælp kan i et vist omfang hentes i den omfattende skandinaviske litteratur på områder, hvor retstilstanden er parallel.

Rådgiverens og specielt den procederende advokats vigtigste arbejdsredskaber er derfor i vid udstrækning begrænset til, hvad der kan udledes af ældre værker kombineret med det gå-på-mod, der knytter sig til erfaring fra tidligere sager.

Denne tilstand er ikke tilfredsstillende, fordi manglende friske pust fra en aktiv og bredtfaavnende juridisk litteratur, der trækker linierne op i den gældende retstilstand, kritiserer vildskud og anviser nye veje, typisk leder til stagnation og manglende nytænkning i de anbringender, der gøres gældende, når sagerne føres ved domstolene. Mangler domstolene vejledning i parternes sagsforberedelse og procedure om nye angrebsvinkler og synspunkter, består der også en reel risiko for, at retspraksis ikke får den dynamiske udvikling, der er ønskelig. Selv om domstolene naturligvis kan øve et skøn indenfor de anbringender, parterne har gjort gældende, – og klart også præger retsudviklingen på denne måde – så er parternes anbringender og det juridiske mod samt den indsigt, de er udtryk for, dog stadigvæk den ydre grænse for domstolenes bevægelsesfrihed. Det er i dette samspil at teorien har et medansvar for at holde udviklingen i bevægelse.

Som det nærmere vil blive omtalt i det følgende, er spørgsmålet om en passende beskyttelse mod produkt efterligninger (fremtoningsbeskyttelse) blevet stadig mere aktuelt og påtrængende de seneste årtier. Dels spiller et produkts fremtoning/udseende en stadig større rolle i virksomhedernes salgs- og markedsføringsbestræbelser, dels har der over en årrække vist sig en stigende tendens til, at velrenommerede produkters design og fremtoning udsættes for systematisk og professionel efterligning. Denne udvikling kommer ikke blot fra udenlandske virksomheder, – tværtimod er danske virksomheder i vid udstrækning aktive bidragsydere med grove efterligninger, enten fordi de selv direkte fremstiller og markedsfører efterligninger i håb om at få del i et velrenommeret produkts indtjening, eller også fordi de efter bestilling og instruktion fra danske grossist- og detailvirksomheder fremstiller efterligninger af lødige originalprodukter.

Med denne udvikling in mente er det ønsket at beskrive den retsbeskyttelse, der i dag gives mod produkt efterligninger i Danmark. Hovedområdet bliver naturligt brugskunst og industrielt design, men spørgsmålet rækker videre, idet det omfatter den retsbeskyttelse, der gives et produkts fremtoning, uanset om det regelsæt, der i det konkrete tilfælde finder anvendelse, er ophavsretsloven, mønsterloven eller markedsføringslovens § 1.

Det er forsøgt i de indledende kapitler at give et kort indblik i formgivningens udvikling, fordi forståelsen for den juridiske problemstilling forudsætter kendskab hertil. Bortset fra nogle historiske strejftog i udviklingen af retsreglerne, som kan være nyttige i det sagsforberedende arbejde, vil fremstillingen koncentrere sig om de seneste 30-40 år. En bredere international beskrivelse af retstilstanden falder af tidsmæssige grunde uden for rammerne af denne bog. Det er målsætningen at fokusere på rådgiverens behov, og fremstillingen vil derfor give en mere detaljeret gennemgang af lovforarbejder og retsafgørelser end normalt er i en teoretisk fremstilling. Lykkes opgaven, vil bogen være et nyttigt udgangspunkt, når det skal vurderes, om der foreligger en ulovlig produkt efterligning eller ej.

² En samlet beskrivelse af det immaterialretlige og konkurrenceretlige område er foretaget af Mogens Koktvedgaard i »Immaterialretspositioner«, »Lærebog I« og »Lærebog II«. Se endvidere Palle Bo Madsen, »Markedsret«.

Ulovlige produktefterligninger har de seneste årtier fået et stadig større omfang, og sagernes antal ved domstolene er tilsvarende stigende.

Bogen giver en udførlig fremstilling af det regelsæt og den omfattende retspraksis, der har dannet sig omkring beskyttelsen mod produktefterligninger.

Bogen henvender sig til alle, der beskæftiger sig med produktbeskyttelse, men fokuserer i første række på rådgiverens behov.

Forfatteren er partner i advokatfirmaet Kromann & Münter.

GADJURA

