

Palle Bo Madsen

Del 2

4. udgave

# MARKEDSRET

Jurist- og Økonomforbundets Forlag

# Indholdsfortegnelse

Forord .....	XIII
<b>Kapitel 4</b>	
<b>1 Lovbestemte enerettigheder</b>	
<b>Produkt- og kendetegnsbeskyttelse .....</b>	<b>1</b>
1.1. Indledende om industriel eneretsbeskyttelse og immaterialret .....	1
1.1.1. Begrebet immaterialret – immaterialrettens discipliner (1)	
1.1.2. Det immaterielle moment – identitetsoplevelsen – industriel ejendomsret (1)	
1.1.3. Immaterialret/konkurrenceret/formueret/kontraktsret – fænomenbeskyttelse (2)	
1.1.4. Åndsarbejder ctr. kendetegn – kumulativ beskyttelse (4)	
1.1.5. Stiftelse – prioritetsbeskyttelse ctr. efterligningsbeskyttelse dobbeltfrembringelser (8)	
1.1.6. Eneretskonstruktionen – forbudsret (10)	
1.1.7. Foreløbige retsmidler (11)	
1.1.7.1. Fogedforbud (11)	
1.1.7.2. Bevissikring (12)	
1.1.8. Immaterialrettens systematiske fællesnævner (13)	
1.2. Det internationale aspekt .....	14
1.2.1. International harmonisering – konventionerne (14)	
1.2.2. Patentretten internationalt (16)	
1.2.3. Ophavsretten internationalt (18)	
1.2.4. Varemærkeretten internationalt (19)	
1.2.5. Designretten internationalt (20)	
1.2.6. Topografiretten internationalt (21)	
1.2.7. Brugsmodelretten internationalt (21)	
1.2.8. Counterfeiting (21)	
1.2.9. Frie varebevægelser internationalt – konsumtion og parallelimport (22)	
1.2.9.1. Import – eksport – transit (22)	
1.2.9.2. Parallel- og reimport – regional eller global konsumtion (23)	
1.2.9.3. Om konsumtion uden eneret – samt nærmere om samtykke- kravet (27)	
1.2.10. Internationale kontrakter og lovvalg (28)	
1.3. Ophavsret .....	29
1.3.1. Ophavsrettens genstand og rettighedshavere (29)	
1.3.1.1. Litterære og kunstneriske værker – ren og anvendt kunst (29)	
1.3.1.2. Værk – værkshøjde (31)	
1.3.1.3. Særligt om anvendt kunst – brugskunst, edb-programmer m.v. (35)	
1.3.1.4. Rettighedshavere – ansættelsesforhold – parallelle påtalebeføjelser (39)	
1.3.1.5. Rettighedsorganisationer/Forvaltningsselskaber (42)	
1.3.2. Ophavsrettens stiftelse – formløshed (43)	

3.3.	Enerettens indhold (44)	
3.3.1.	De enkelte beføjelser og rettens omfang (44)	
3.3.2.	Beskyttelsens udstrækning ved ren kunst (47)	
3.3.3.	Beskyttelsens udstrækning ved anvendt kunst (47)	
3.3.4.	Særligt om arkitekt- og ingeniørtegninger (49)	
3.3.5.	Særligt om edb-programmer (51)	
3.4.	Droit moral (52)	
3.5.	Indskrænkninger i eneretten (54)	
3.5.1.	Lånereglerne (54)	
3.5.2.	Privatkopiering – blankbåndsafgift (55)	
3.5.3.	Aftalelicens (57)	
3.5.4.	Citatret – citatbrug i reklame- og salgsøjemed (58)	
3.5.5.	Konsumtion og viderebredning – følgeret (droit de suite) (61)	
3.5.6.	Ret til ændringer (63)	
3.5.7.	Tvangslicens m.v. (64)	
3.5.8.	Aftalte fravigelser (65)	
3.6.	Rettens overgang (67)	
3.7.	Droits voisins (71)	
3.8.	Gyldighedstiden (76)	
3.9.	Retshåndhævelse/sanktioner (77)	
4.	Patentret	82
4.1.	Patentrettens genstand og rettighedshavere (82)	
4.1.1.	Opfindelser – patenterbarhed (82)	
4.1.2.	Objektiv nyhed – opfindeshøjde (87)	
4.1.3.	Rettighedshaveren – opfinderen – ansættelsesforhold (89)	
4.2.	Patentrettens stiftelse – registrering (89)	
4.2.1.	Registrering – ansøgning og offentliggørelse – dansk/internationalt/europæisk (89)	
4.2.2.	Patentkravet – offentliggørelse/hemmeligholdelse (92)	
4.3.	Patentkravet – beskyttelsens omfang (96)	
4.4.	Enerettens indhold – patentindgreb (97)	
4.5.	Indskrænkninger i eneretten (98)	
4.6.	Rettens overgang (102)	
4.7.	Patentrettens gyldighedstid – oprøvning m.v. (103)	
4.8.	Retshåndhævelse/sanktioner (107)	
5.	Designret	109
5.1.	Indledning (109)	
5.2.	Designrettens genstand og rettighedshavere (110)	
5.2.1.	Produktets udseende/design (110)	
5.2.2.	Specielt om reservedele (114)	
5.2.3.	Rettighedshaveren – ansættelsesforhold (116)	
5.3.	Designrettens stiftelse (116)	
5.3.1.	Registrering (116)	
5.3.2.	Uregistreret designret (118)	
5.4.	Enerettens indhold (118)	
5.4.1.	Registreret design (118)	
5.4.2.	Uregistreret design (118)	
5.5.	Indskrænkninger i eneretten (119)	
5.6.	Beskyttelsens omfang (120)	

6.7.	Rettighedens overgang (122)	
6.8.	Designrettens gyldighedstid og ophør (122)	
6.9.	Retshåndhævelse/sanktioner (123)	
6.	Brugsmodelret	124
6.1.	Brugsmodelrettens genstand og rettighedshavere (124)	
6.1.1.	Brugsmodeller – registreringsbetingelser (124)	
6.1.2.	Rettighedshaveren – ansættelsesforhold (125)	
6.2.	Nærmere om rettighedskonstruktionen (125)	
6.2.1.	Brugsmodel – hvad er behovet? (125)	
6.2.2.	Forholdet til patentret – forgrening (127)	
6.3.	Brugsmodelrettens stiftelse (128)	
6.3.1.	Registrering (128)	
6.3.2.	Offentliggørelse/hemmeligholdelse (128)	
6.4.	Beskyttelsens omfang (129)	
6.5.	Enerettens indhold (129)	
6.6.	Indskrænkninger i eneretten (129)	
6.7.	Rettighedens overgang (129)	
6.8.	Brugsmodelrettens gyldighedstid (130)	
6.9.	Retshåndhævelse/sanktioner (130)	
7.	Topografiret – halvledere (chips)	131
7.1.	Topografirettens genstand og rettighedshavere (131)	
7.1.1.	Halvlederprodukter/chips – registreringsbetingelser (131)	
7.1.2.	Rettighedshaveren – ansættelsesforhold (132)	
7.2.	Topografirettens stiftelse (133)	
7.3.	Beskyttelsens omfang (134)	
7.4.	Enerettens indhold (134)	
7.5.	Indskrænkninger i eneretten (134)	
7.6.	Rettighedens overgang (135)	
7.7.	Topografirettens gyldighedstid (135)	
7.8.	Retshåndhævelse/sanktioner (136)	
8.	Varemærkeret	137
8.1.	Varemærkerettens genstand og rettighedshavere (137)	
8.1.1.	Varemærker – kendetegn/differentieringsmidler (137)	
8.1.2.	Særpræg og andre stiftelsesbetingelser (141)	
8.1.3.	Rettighedshaveren (150)	
8.1.4.	Fellesmærker m.v. (152)	
8.2.	Varemærkerettens stiftelse (152)	
8.2.1.	Stiftelsesmåder (152)	
8.2.2.	Nærmere om registrering (155)	
8.2.3.	Nærmere om ibrugtagning og indarbejdelse (160)	
8.3.	Enerettens indhold (164)	
8.3.1.	Forvekslelighed – mærkelighed/vareartslighed (164)	
8.3.2.	Forvekslelighed – i situationen (175)	
8.3.3.	Stærke og svage mærker – samt naturlige mærker og navne (178)	
8.3.4.	Formalregistrering (182)	
8.3.5.	Kodakdoktrinen m.v. (183)	
8.4.	Enerettens udstrækning og indskrænkninger (185)	

8.4.1.	Erhvervsmæssig brug (185)	
8.4.2.	Lovlig brug – herunder sammenlignende reklame og reservedelsreklamer (186)	
8.4.3.	Konsumtion, ompakning m.v. (188)	
8.4.4.	Særligt om domænenavne og varemærkebrug på Internettet (195)	
8.5.	Modifikationer i prioritetsretten (197)	
8.6.	Rettighedens overgang (200)	
8.7.	Varemærkerettens gyldighedstid (202)	
8.7.1.	Fornyelse – ophævelse/udslettelse (202)	
8.7.2.	Brugspligt (205)	
8.7.3.	Degeneration (207)	
8.7.4.	Udslettelse p.g.a. vildledning (208)	
8.7.5.	Delvis ophævelse (209)	
8.8.	Retshåndhævelse/sanktioner (209)	
9.	Virksomhedsnavneret	212
9.1.	Forholdet til kendetegnsretten (212)	
9.2.	Selskabs-, fonds- og virksomhedsnavne (213)	
9.3.	Foreningsnavne og -kendetegn (214)	
9.4.	Forvekslelighed – konkurrencemomentet (216)	
10.	Supplerende konkurrencebestemt produkt- og kendetegnsbeskyttelse	221
10.1.	Immaterialret og konkurrenceret (221)	
10.2.	Fænomenbeskyttelse/konkurrencebeskyttelse (222)	
10.3.	Markedsføringsretligt supplement (222)	
10.4.	Regelvalget (223)	

## Kapitel 5

### Illoyal konkurrence

#### Markedsføring og reklame

1.	Indledende om markedsføringsloven og dens anvendelsesområde	225
1.1.	Regelgrundlaget (225)	
1.2.	Lovens område (225)	
1.3.	Indledende om mål og midler (228)	
1.4.	Generalklausulen og dens anvendelse (230)	
1.5.	Internationale og EU-retlige aspekter (232)	
1.6.	Reklameregler på særlige områder (238)	
2.	Regulering primært ud fra konkurrencehensyn	240
2.1.	Forholdet til immaterialretten (240)	
2.2.	Produktefterligning og anden markedsfortrængning (240)	
2.2.1.	Konkurrencehensyn ctr. loyalitetshensyn (240)	
2.2.2.	Særligt om forholdet til designbeskyttelsen (241)	
2.2.3.	Fremtoning – særpræg – markeds-mæssig identitet (242)	
2.2.4.	Videre om efterligningens nærhed og om subjektive krav til efterligner (247)	
2.2.5.	Variierende efterligningsgrænser – modetøj m.v. (250)	
2.2.6.	Reserve dele, tilbehør og sammenbygningsmulighed (251)	

2.2.7.	Lego-sagerne (254)	
2.2.8.	Piratdekodere (256)	
	Foretningskendetegn (256)	
3.	Personlighedsbeskyttelse – retten til eget navn og billede (263)	
	Uretlige, vildledende og utilbørlige angivelser – særligt om markedsføring, sammenlignende reklame m.v. (269)	
4.	Andre irregulære foranstaltninger (276)	

#### Regulering primært ud fra forbrugerhensyn

1.	Forbruger og erhvervslivet – markeds-kommunikation (277)	277
2.	Utilbørlige afsætningsmetoder (280)	
3.	Utalevilkår (285)	
4.	Krav til produktets sikkerhed og tjenlighed (288)	
5.	Vildledning – generelt (289)	
6.	Særligt om vildledende prisoplysninger – prisme-kørsføring (290)	
7.	Vildledende angivelser vedrørende produkt, oprindelse m.v. (294)	
8.	Markeddifferentiering (297)	
9.	Bedrageri (298)	

#### Regulering ud fra bredere samfundshensyn

1.	Indledning (298)	298
2.	Diskrimination og anden utilbørlighed (299)	
3.	Hensynet til andre samfundspolitiske målsætninger (302)	
4.	Hensynet til konkurrencefremme (303)	

#### Særlige markedsføringsforbud

1.	Specialforbud versus generalklausul (305)	305
2.	Tilgift (305)	
2.1.	Indledende om tilgift (305)	
2.2.	Hvornår foreligger tilgift? (305)	
2.3.	Undtagelser – Lex SAS (312)	
3.	Uanmodet henvendelse til bestemte aftagere (313)	
4.	Mængdebegrænsning (317)	
5.	Rabatmærker (319)	
6.	Lodtrækning og præmiekonkurrencer (321)	
6.1.	Indledende om præmiekonkurrencer (321)	
6.2.	Hvornår foreligger en ulovlig præmiekonkurrence? (322)	
6.3.	Undtagelse for periodiske skrifter (325)	
7.	Generalklausulens opsamlingsmulighed (327)	

#### Erhvervshemmeligheder m.v.

1.	Særlige regler om mærkning og emballering samt om sikkerhedskrav	329
----	--	-----

#### Retsmidler og retshåndhævelse

1.	Oversigt over retsmidlerne (330)	330
2.	Forbrugerombudsmandens virksomhed (330)	
3.	Forbud og påbud m.v. (336)	

- 8.4. Straf (339)
- 8.5. Erstatning (343)
- 8.6. Værneting og søgsmålskompetence. (348)
- 8.7. Udenlandske virksomheder og grænseoverskridende foranstaltninger (349)

## Kapitel 6

### Kontraktlige konkurrencebindinger

<b>Konkurrenceklausuler, erhvervshemmeligheder m.v. ....</b>	<b>355</b>
1. Erhvervsfrihed, kontraktsfrihed og konkurrencebegrænsning .....	355
2. Aftalte konkurrenceklausuler m.v. ....	356
2.1. Den almindelige regel om konkurrenceklausuler (356)	
2.2. Særlige regler – i og uden for ansættelsesforhold (360)	
2.2.1. Konkurrenceklausuler i særlige kontraktsforhold (360)	
2.2.2. Konkurrenceklausuler i ansættelsesforhold. (360)	
2.2.3. Kundeklausuler (366)	
2.2.4. Medarbejderklausuler (367)	
2.3. Aftalt konventionalbod og andre sanktionsmuligheder (368)	
3. Særligt om ikke-angrebsklausuler og hemmeligholdelses-	
klausuler i licensaftaler .....	370
3.1. Ikke-angrebsklausuler (370)	
3.2. Know-how-licenser – hemmeligholdelsesklausuler (372)	
4. Erhvervshemmeligheder m.v. ....	374
4.1. Markedsføringslovens § 10 (374)	
4.2. Erhvervshemmeligheder og betroet viden (376)	
4.3. Mere om sanktionerne (379)	
5. »Naturlige« konkurrenceklausuler – loyalitetspligt .....	382
5.1. Kontraktrelationens betydning (382)	
5.2. Forhandlingssituationen – informationsudveksling (383)	
5.3. Bestående kontrakts- og ansættelsesforhold – overdragelser (384)	
5.4. Efter kontraktsforholdets ophør – loyalitetspligtens udstrækning (393)	
Forkortelsesliste .....	403
Litteraturliste .....	405
Nyttige Web-sider .....	407
Domsregister .....	409
Stikordsregister .....	421

# Forord til Markedsret Del 2, 4. udg.

Hermed foreligger 4. udgave af »Markedsret Del 2«. Den knytter sig til 4. udgaven af »Markedsret Del 1«, som udkom i 2000. Del 2 behandler som tidligere alle de lovbestemte enerettigheder samt hele markedsføringsretten.

Udviklingen på disse områder har i de senere år været særdeles levende. En omfattende ny regelgivning på såvel fælleseuropæisk som nationalt plan samt alene ny praksis har således nødvendiggjort en ganske betydelig omfremstilling i forhold til 3. udgaven. Og den hastige udvikling fortsætter.

Manuskriptet til denne fremstilling er afsluttet den 1.9.2002, og senere materiale har kun helt undtagelsesvis kunnet medtages.

De regelændringer – og deraf følgende påkrævede ajourføringer af fremstillingen – med usvigelig sikkerhed kan forudses, har jeg fundet det hensigtsmæssigt fremover løbende at lægge »updates« på min hjemmeside. Det samme vil jeg tilstræbe i relation til de seneste udgaver af mine andre bogudgivelser, herunder »Markedsret Del 1«.

Indgang til hjemmesiden fås via [www.jura.au.dk/privatret/pbm.htm](http://www.jura.au.dk/privatret/pbm.htm)