



# Nyhedsbrev

## – IP & Technology

### Beskyttelse af brugskunst

#### Indledning

Brugskunst er kunst, som kendetegnes ved at have et praktisk formål, og som ofte masseproduceres. En lysestage, en kaffemølle, spisebestik og en barnestol er alle eksempler på genstande, som domstolene har vurderet, nyder beskyttelse som brugskunst.

I det følgende vil vi kort beskrive beskyttelsen af brugskunst i Danmark efter ophavsretsloven, designloven og markedsføringsloven.

#### Nærmere om beskyttelsen efter ophavsretsloven

Indehaveren af en ophavsret til et kunstværk, eksempelvis et maleri eller en skulptur, har eneretten til at forbyde andre at gøre erhvervsmæssigt brug af værket, herunder fremstille eksemplarer af værket, vise værket for offentligheden, foretage ændringer af/i værket mv. Det er dog ikke alene den ”rene” kunst, som nyder beskyttelse efter ophavsretsloven, men også såkaldt brugskunst – brugsgenstande med et særligt æstetisk præg.

Idet udformningen af brugskunst ofte er betinget af praktiske formål, for eksempel at en stol skal have 4 ben, er det diskuteret, om brugskunst skal nyde den samme beskyttelse som den ”rene” kunst. Uanset at der i den juridiske teori er uenighed om udstrækningen af beskyttelsen af brugskunst, er det et krav, at brugsgenstandens udformning har et *kunstnerisk* eller *æstetisk præg*, og at udseendet ikke udelukkende er et resultat af genstandens praktiske funktion.

Derudover kræves, at værket skal være *nyt* og *originalt* for designeren (kunstneren/ophavsmanden) – udformningen af værket skal med andre ord være udtryk for en *selvstændig, kreativ skabende indsats*. Der er som sådan ikke et krav om, at udformningen af værket skal være nyt og originalt på nationalt/internationalt plan. I domstolenes praksis synes der imidlertid at være en tendens til, at beskyttelsen indsnævres, jo mindre værket adskiller sig fra, hvad der på frembringelsestidspunktet allerede fandtes på nationalt/internationalt plan.



Side 2 Kravene om nyhed og originalitet sammenfattes sædvanligvis som et krav om, at kunstværket skal have *værkshøjde*. Uagtet at det ofte diskuteres, at der kræves mere, for at brugskunst opfylder kravet om værkshøjde end "rene" kunstværker, er det ikke muligt på baggrund af domstolenes praksis på området at konkludere, at værkshøjdekravet er strengere ved brugskunst end anden kunst.

At værket blot skal være nyt og originalt *for designeren* medfører en mulighed for såkaldte *dobbeltfrembringelser* (det samme værk skabes af 2 ophavsmænd uafhængigt af hinanden). Har designeren ikke været bekendt med, at der eksisterer et identisk værk, forhindrer eksistensen af det tidligere værk ikke, at designeren får ophavsret til sit "efterfølgende" værk. Det påhviler imidlertid den, der har skabt "dobbeltfrembringelsen" at bevise, at dette værk er skabt uden kendskab til det tidligere værk. En bevisbyrde som kan være svær at løfte, idet det ofte vil være vanskeligt med rimelighed at hævde, at man ikke har været bekendt med det tidligere værk; særligt hvis det tidligere værk har været gjort tilgængeligt på internettet eller tilsvarende. Hvis 2 identiske værker imidlertid er blevet frembragt uafhængigt af hinanden, kan dette i sig selv være en indikation af, at værkernes udformning er så "oplagt"/nærliggende, at de ikke opfylder originalitetskravet og dermed ikke nyder ophavsretlig beskyttelse.

I Danmark er det ikke muligt at registrere ophavsretligt beskyttede værker. Bortset fra lande som eksempelvis USA og Kina er det ikke muligt - eller nødvendigt - at foretage en registrering med henblik på at synliggøre et ophavsretligt beskyttet værk: Opfylder værket kravene om originalitet og nyhed i ophavsretsloven, opnås således automatisk ophavsretlig beskyttelse. Tilbage står spørgsmålene: Hvilke rettigheder har indehaveren af en ophavsret, og i hvor lang tid?

Indehaveren af ophavsretten til brugskunst er berettiget til bl.a. at forbyde andre at producere eller få produceret efterligninger/kopier, anvende den ophavsretligt beskyttede genstand som led i markedsføringen af andre produkter, eksempelvis på en hjemmeside, i en brochure eller lignende. Indehaveren af ophavsretten til en brugskunstgenstand kan dog ikke hindre en privat ejer i at foretage ændringer af genstanden.

Som udgangspunkt kræves ond tro (forsætlig kopiering) for, at der foreligger en krænkelse. I praksis vil domstolene, hvor 2 genstande har betydelige ligheder, og hvor "efterligneren" hævder ikke at have forsøgt at efterligne originalproduktet, dog pålægge "efterligneren" at løfte bevisbyrden for, at han/hun ikke har tilstræbt at efterligne originalproduktet.

For så vidt angår den tidsmæssige udstrækning af den ophavsretlige beskyttelse, er denne ikke evigtvarende, som en varemærkeret kan være det. I Danmark er beskyttelsen 70 år efter ophavsmandens dødsår. I visse andre lande er beskyttelsesperioden for brugskunst kortere, og det kan derfor tænkes, at en brugsgenstand som nyder beskyttelse i Danmark ikke nyder beskyttelse i udlandet, fordi beskyttelsen er udløbet dér. Som eksempel kan nævnes, at beskyttelsesperioden i England er 25 år for brugskunst (regnet fra udgangen af det år, hvor genstanden første gang blev markedsført), såfremt der er fremstillet mere end 50 eksemplarer.



### Side 3 **Designretlig beskyttelse**

Som nærmere beskrevet i vores nyhedsbreve fra oktober 2008 og januar 2009 er det i visse tilfælde muligt opnå designregistrering af et produkts udformning. I relation til brugskunst vil indlevering af en designansøgning ofte være den naturlige måde at søge beskyttelse på.

Vi henviser til vores tidligere nyhedsbreve for så vidt angår erhvervelsen, udstrækningen og varigheden af den designretlige beskyttelse.

#### **Markedsføringsretlig beskyttelse**

Udover ophavsretsloven og designloven giver markedsføringsloven en supplerende beskyttelse af brugskunst. I modsætning til de nævnte love beskytter markedsføringsloven imidlertid ikke produktet som sådan, men derimod selve *markedspositionen*.

Ligesom i ophavsretsloven stilles krav om originalitet for at opnå beskyttelse. Originalitetskravet er dog mindre strengt end i ophavsretsloven. ”Prisen” for det lempeligere originalitetskrav er, at beskyttelsen er snæver. Markedsføringsloven yder således alene beskyttelse mod *slaviske kopier* eller *nærgående efterligninger*.

I konsekvens af, at det er markedspositionen, der beskyttes, inddrages en bredere række af hensyn i vurderingen af, om et produkt er en ulovlig produktefterligning, end blot en nøgtern sammenligning af produkterne. I krænkelsesvurderingen kan – udover ligheder mellem produkterne - blandt andet lægges vægt på: Snylter ”kopiproduktet” på ”originalproduktets” goodwill/renommé, hvorledes markedsføres ”kopiproduktet”, markedsføringen/markedsføringsindsatsen af ”originalproduktet”, risiko for forveksling (forbrugerne tror, at de køber ”originalproduktet”), er det en tidligere ansat eller samhandelspartner, der lancerer ”kopiproduktet” mv.

Da det er markedspositionen, der beskyttes, opretholdes beskyttelsen lige så længe, som produktet er på markedet. I modsætning til den ophavs- og designretlige beskyttelse udløber beskyttelsen efter markedsføringsloven således principielt ikke, hvis blot produktet markedsføres.

Som illustration af den markedsføringsretlige beskyttelse kan man forestille sig markedsføringsloven som et sikkerhedsnet under ophavsretsloven og designloven: En utilbørlig adfærd, som ikke er i strid med ophavsrets- eller designloven, ”fanges” *måske* af den markedsføringsretlige beskyttelse.

#### **Afsluttende bemærkninger**

Ud fra en kombineret kommerciel og juridisk betragtning bør man tidligt i designprocessen inkludere overvejelser om brugskunstgenstandens beskyttelse: Jo mere original og særpræget udformningen er, des bredere er beskyttelsen, og dermed muligheden for at holde konkurrenter ”på afstand” og opnå et tilfredsstillende afkast for produktet.



Side 4 I konsekvens af, at hverken den ophavsretlige eller markedsføringsretlige beskyttelse lader sig registrere, at den markedsføringsretlige beskyttelse alene erhverves/opretholdes, så længe der er en beskyttelsesværdig markedsposition, og at det ofte er tvivlsomt, om en konkret brugsgenstand har tilstrækkelig værkshøjde til at opnå ophavsretlig beskyttelse, bør man som designer altid overveje, om designbeskyttelse af genstanden vil være en mulighed.

---oOo---

Eventuelle spørgsmål vedrørende ovenstående kan rettes til advokat Lasse A. Søndergaard Christensen (tlf. 86207500 eller e-mail: [lsc@gorrissenfederspiel.com](mailto:lsc@gorrissenfederspiel.com)) eller advokat Mikkel Friis Rossa (tlf. 86207500 eller e-mail: [mra@gorrissenfederspiel.com](mailto:mra@gorrissenfederspiel.com)).