



Nyt fra IP & Markedsføring – Maj 2023



Anette Moll Berg
Partner



Annemette Ellermann
Partner, Head of Litigation &
regulatory



Na Na Lin
Assistant Attorney

DLA Pipers erfarne team inden for IP- og markedsføringsret giver dig et overblik over de mest interessante nyheder i anden halvdel af maj 2023 indenfor IPR, markedsføringsret og e-handel.

I denne artikel får du overblik over disse sager:

- Det var i strid med markedsføringsloven, at en virksomhed havde bistået konkurrents kunder med at opsige kundeforholdet til konkurrenten
- Power snyltede ikke på DBU's goodwill for det danske herrelandshold i fodbold
- Bet365 krænkede danske elitesportsudøveres rettigheder, da de ikke havde givet samtykke til markedsføring
- Dokumentation for kompensation for CO₂-udledning ved elforbrug var utilstrækkelig og der var tale om vildledende markedsføring.
- Karikaturtegning og fotografi krænkede ikke ophavsretten til "Den Lille Havfrue"

[Tilmeld dig vores nyhedsbrev](#), hvis du vil holde dig opdateret på, hvad der sker inden for IP og markedsføringsret.

Det var i strid med markedsføringsloven, at en virksomhed havde bistået konkurrents kunder med at opsige kundeforholdet til konkurrenten

Sø- og Handelsretten har i marts 2023 afsagt dom i en sag vedrørende en markedsføringsretlig tvist mellem to konkurrenter.

Sagen handlede om en virksomhed, der i en række tilfælde havde bistået sin konkurrents kunder med at opsigte kundeforholdet til konkurrenten, så kunden kunne indgå et kundeforhold med virksomheden.

En sådan adfærd er anerkendt i visse brancher, bl.a. i forsikringsbranchen, men er som hovedregel i strid med Markedsføringslovens § 3 om god markedsføringskik. Da det ikke kunne godtgøres, at der fandtes en branchekutyme for en sådan praksis indenfor måtteservice, var adfærden i strid med Markedsføringslovens § 3.

Power snyltede ikke på DBU's opbyggede goodwill for det danske herrelandshold i fodbold

Sø- og Handelsretten har i april 2023 afsagt dom i en sag mellem Power og DBU, om snyltning på goodwill og andre rettigheder beskyttet efter markedsføringsloven.

Sagen handlede dels om, hvorvidt Power krænkede Dansk Boldspil Unions (DBU) rettigheder i reklamer i forbindelse med EM-slutrunden i 2021, og dels om hvorvidt DBU havde krænket Powers rettigheder efter markedsføringsloven ved at have fremsat en række udsagn om Power i et radioprogram.

Power havde i 2021 i forbindelse med EM-slutrunden bragt reklamer, hvor en mand i orange trøje jubede på et fodboldstadion omkranset af danske flag.

DBU gjorde gældende, at associationen til det danske fodboldlandshold var så stærk, at den indebar en kommerciel udnyttelse af landsholdet og dermed en snyltning på den goodwill, som DBU har opbygget i forhold til herrelandsholdet.

Retten frifandt POWER for overtrædelse af markedsføringslovens § 3, da reklamen ikke indeholdt en tydelig association til det danske landshold

Retten lagde vægt på, at reklamerne illustrerede generiske situationer i en fodboldkamp, hvor en spiller jubler. Retten lagde også vægt på, at ingen nuværende eller tidligere spillere blev anvendt reklamen. Trøjen var påført et Power-logo og ikke et DBU-logo. Retten lagde endelig vægt på, at trøjen var orange, som har været anvendt i Powers varemærke siden 2015, og at DBU spiller i rødt.

Retten fandt derfor, at reklamen ikke indeholdte en reference til herrelandsholdet, men i højere grad skabte associationer til fodbold som sådan og EM-slutrunden.

Den anden del af sagen handlede om en direktør i DBU, som i et radioprogram havde udtalt, at:

"det er jo en virksomhed, som har virkelig mange sager ved Forbrugerombudsmanden"

og

"(Power) er notorisk kendt for at gå lige til grænsen også lidt over, når det kommer til markedsføring"

Retten fandt, at udtalelserne ikke udgjorde misrekommandering af Power eller i øvrigt aggressiv eller utilbørlig handelspraksis i strid med markedsføringsloven over for Power.

Power havde flere verserende sager hos Forbrugerombudsmanden. Retten lagde også vægt på, at DBU tog til genmæle overfor Powers direktør, som havde udtalt, at sagen kunne falde bort, hvis Power indgik en sponsoraftale med DBU.

Samlet set blev Power derfor frifundet for påstanden om, at deres reklame snyltede på DBU's goodwill, og DBU blev frifundet for at udsagnene om Power udgjorde misrekommandering.

DBU har siden valgt at anke dommen.

Bet365 krænkede danske elitesportsudøveres rettigheder, da de ikke havde givet samtykke til markedsføring

Sø- og Handelsretten har i maj 2023 afsagt dom i en sag mellem Bet365 og 23 danske kendte sportsudøvere, herunder Simon Kjær, Kasper Schmeichel, Christian Eriksen, Pernille Harder, Viktor Axelsen og Mikkel Hansen, om anvendelse af deres billede og navn i forbindelse med opslag på Bet365's sociale medier.

Sportsudøverne mente, at anvendelsen af billeder af dem var sket som led i markedsføring af BET 365's virksomhed, og at de derfor skulle give samtykke, hvilket ikke var sket.

Bet365 argumenterede for, at opslagene havde karakter af redaktionelt indhold. De indeholdt korte tekster med enkelte fakta og desuden jævnligt spørgsmål eller opfordring til interaktion til læseren.

Sø og Handelsretten fandt, at der var tale om markedsføring af Bet365's virksomhed, og at de derfor skulle have indhentet samtykke fra sportsudøverne.

Sportsudøverene var derfor berettiget til erstatning og vederlag efter MFL §§ 24, stk. 2 og 3.

Bet365 blev dømt til at betale samlet 4,7 millioner kr. til sportsudøverne. Ved beregning af erstatningen blev det lagt til grund, at sportsudøverne kunne have opnået (mindst) 50.000 kr. i betaling for hvert opslag som sket på Bet365's medier, hvis de havde indgået en aftale om opslagene. Afgørelsen giver et godt fingerpeg i retning af de erstatningsbeløb, som kan kræves, når kendte personers billede og navn bliver brugt markedsføringsmæssigt uden deres samtykke.

Dokumentation for compensation for CO2-udledning ved elforbrug var utilstrækkelig og, der var tale om vildledende markedsføring

To el-selskaber havde markedsført deres el-produkte med to grønne blade, som er symbol for en mærkningsordning for grøn strøm, udarbejdet med deltagelse af Forbrugerombudsmanden.

Ifølge Forbrugerombudsmandens vejledning er det bl.a. en betingelse for at markedsføre et elprodukt med to grønne blade, at elselskabet laver klimatiltag, der er egnet til at neutralisere et klimaudslip, der mindst svarer til kundens forventede årlige elforbrug.

Der skal plantes ca. 250 træer pr. husstand for at kompensere CO₂-udledningen ved en husstands årlige elforbrug.

Selskaberne plantede hhv. 2,7 og 4 træer pr. husstand, hvilket var langt fra de 250 træer pr. husstand, såfremt man ønskede at anvende bladmærkningsordningen.

Forbrugerombudsmanden har derfor indskærpet forbuddet mod vildledende markedsføring overfor selskaberne.

Forbrugerombudsmanden har i pressemeddelelsen om afgørelserne udtalt, at hvis man i sin markedsføring oplyser, at man kompenserer forbrugerens CO₂-udledning, vil det være vildledende, hvis ikke compensationen sker i forbindelse med eller umiddelbart efter udledningen.

Det uklart, om der med "kompensationen" sigtes til selve det CO₂-kompenserende tiltag, fx plantning af træer, eller til effekten af tiltaget, hvilket i praksis vil kunne betyde, at træerne allerede skal være plantet og have CO₂-opsamlende effekt, når man markedsfører compensation.

Karikaturtegning og fotografi krænkede ikke ophavsretten til "Den Lille Havfrue"

Højesteret har i maj 2023 afsagt dom i en sag mellem indehaverne af ophavsretten til "Den Lille Havfrue" og Berlingske, der i 2019 havde bragt en karikaturtegning og et manipuleret foto af "Den Lille Havfrue".

På forsiden af en udgave af Berlingske i valgkampen 2019 var der bragt en Karikaturtegning af "Den Lille Havfrue" med et zombie-lignende ansigt hvor der var påtrykt "Ondskaben i Danmark". I 2020 havde Berlingske desuden bragt et fotografi af "Den Lille Havfrue" med mundbid på.

Højesteret skulle tage stilling til, om tegningen var et selvstændigt værk, eller om tegningen på andet grundlag var en parodi eller karikatur, der ikke krænkede ophavsretten til Den Lille Havfrue.

Højesteret fandt, at der i dansk ret gælder et parodiprincip, og det skal fortolkes i overensstemmelse med EU-retten. Højesteret bemærkede desuden, at parodier vil kunne betragtes som selvstændige værker, selv når parodien er meget nærgående, og hvad enten parodien retter sig mod selve originalværket eller mod noget andet.

Højesteret lagde desuden vægt på, at "Den Lille Havfrue" har national symbolværdi og at både tegning og foto gjorde brug af værket som nationalt symbol.

Hverken tegningen fra 2019 eller fotografiet fra 2020 krænkede derfor ophavsretten.

Både Byretten og Landsretten var tidligere kommet frem til, at der var tale om en krænkelse af ophavsretten, hvilket Højesteret afviste.

Services

IP og teknologi, Markedsførings-og forbrugerret
