Designeres og virksomheders brug af referencer i deres markedsføring

Vi har i den seneste tid set flere og flere sager dukke op, hvor designere, som forlader et firma ønsker at starte for dem selv og i den forbindelse ønsker at anvende referencer fra deres tidligere ansættelse, ligesom vi har set sager, hvor firmaer markedsfører deres produkter ved at referere til at designeren har lavet arbejde for andre kendte virksomheder.

Området er ikke afklaret, og der findes mig bekendt ingen afgørelser, som endegyldigt gør op med, hvorledes retstilstanden er på disse områder.

Designeren

I relation til den situation, hvor en designer forlade et designfirma og ønsker at anvende referencer til sin tidligere ansættelse i sin nye virksomhed, er der flere ofte modsatrettede interesser involveret og forholdet er ikke direkte lovreguleret. En designer vil ofte have et behov for at kunne referere til tidligere ansættelser og opgaver for at kunne give omverdenen indtryk af vedkommendes kompetencer, mens arbejdsgiveren vil have en interesse i, at designeren ikke unødigt drager fordel af sin tidligere arbejdsgivers omdømme.

Ophavsretslovens § 3 foreskriver, at designeren har krav på i rimeligt omfang at blive navngivet i forbindelse med enhver omtale af et design, og i en del situation kan det indebære, at en tidligere ansat på en tegnestue fortsat efter sin fratræden skal nævnes i forbindelse med en opgave, han eller hun har løst for den pågældende tegnestue, men det hjælper ikke rigtigt til at afklare retstilstanden, da det jo naturligvis ikke omfatter designerens egen angivelse af sit navn i forbindelse med at vedkommende referere til den tidligere løste opgave.

Generelt set gælder der i ansættelsesretten et princip om loyalitet. En tidligere medarbejder må således ikke snylte på sin tidligere arbejdsgiver i forbindelse med hans eller hendes markedsføring af sin nye virksomhed. På den anden side, vil en nystartet designer have behov for at kunne fortælle omverdenen, hvad han eller hun har lavet tidligere. Som det ofte er tilfældet indenfor ansættelsesretten må spørgsmålet om designerens ret til at referere til sin tidligere ansættelse afgøres ved at fortolke på den indgåede ansættelseskontrakt. Med andre ord, fremgår det af ansættelseskontrakten, hvad designeren har lov til efter ophøret af sin ansættelse, vil dette kunne afgøre designerens rettigheder efterfølgende. Der er dog grænser for, hvad man kan tvinge en designer til at acceptere.

Generelt må det være sådan, at en designer altid er berettiget til i sit CV med navns nævnelse at referere til, at vedkommende har været ansat på en tegnestue. Det må antagelig også være lovligt for designeren at anføre, hvem han har løst opgaver for i forbindelse med sin ansættelse på tegnestuen. Dette afhænger dog af, hvordan designeren markedsfører dette tidligere ansættelsesforhold. Det vil således ikke være lovligt, hvis designeren skriver "Jeg er ophavsmand til B&Os designs" eller noget lignende i vedkommendes markedsføring.

En gengivelse på en hjemmeside af nogle af de værker, som designeren har designet er nok ikke lovlig, men igen vil det afhænge af omstændighederne. Typisk er en designer på en tegnestue ikke alene om at formgive produkter, og ophavsretten vil således være delt mellem flere, hvorfor det allerede af den grund er uretmæssigt. Designeren afslører jo også ved denne fremgangsmåde den tidligere arbejdsgivers samarbejde med producenten, hvilket nogle gange kan give anledning til problemer. En ting er dog sikkert – hvis medarbejderen anvender billeder af produkterne, som vedkommende ikke har rettigheder til, vil det være en overtrædelse af ophavsretten til billederne. Endvidere vil det være illoyalt, hvis gengivelsen af produkterne har

en fremtrædende placering i markedsføringen, således at det kan give indtryk af, at der er et forhold mellem designerens nye virksomhed og kunden. Den risiko vil meget let kunne opstå.

Generelt vil en loyal og ikke for fremtrædende henvisning til, hvad designeren har løst af opgaver i sin tidligere ansættelse nok være retmæssig, men som anført afhænger dette af mange forhold, hvorfor designeren rådes til at søge juridisk assistance, inden en sådan markedsføring sættes i gang. Forholdet vil være reguleret af Markedsføringslovens § 1 og således være et spørgsmål om, hvad der er god markedsføringsskik i den konkrete situation.

Et helt andet forhold er, at kunden i visse situationer vil kunne skride ind overfor en sådan adfærd fra en tidligere ansat hos kundens designrådgiver.

Designfirmaer, som løser opgaver for kunder har nemlig ikke uden videre lov til at referere til, hvad de har lavet for kunden, da det for eksempel kan hænde at nogle af projekterne ikke er sat i produktion endnu, eller den aftale, som er indgået mellem parterne medfører, at en sådan reference er uretmæssig. En tidligere ansat i virksomheden vil naturligvis også være bundet af en sådan aftale mellem vedkommendes arbejdsgiver og kunden.

Virksomheder

Et helt andet spørgsmål, er spørgsmålet om en virksomhed må referere til, at de nu har sat produkter i produktion designet af en designer, som tidligere har formgivet andre navngivne virksomheders produkter.

Dette problem er noget enklere at løse. Her skal man jo ikke tage hensyn til designerens rettigheder. Generelt set er det ikke tilladt virksomheder at anvende navnet på andre virksomheder i deres markedsføring med henblik på at drage fordel af sammenhængen – eller decideret snylte. Derfor vil det være uberettiget især for en konkurrerende virksomhed på nogen som helst måde at referere til deres designrådgivers tidligere opgaver. Man må nok godt referere til, at designeren er kendt, men heller ikke her må omtalen være på en sådan måde, at læseren klart kan se, hvilken reference der er tale om. Det kan således være uretmæssigt selv i den situation, hvor den konkurrerende virksomheds navn ikke direkte er nævnt.

Generelt vil dette problem alene være et problem mellem de to kunder indbyrdes, men det kan ikke afvises af kunne spille ind på designerens relation til både den nye og den gamle kunde, hvorfor det må tilrådes at man drøfter dette forhold med sin kunde, inden de eventuelt overtræder andre virksomheders rettigheder.

Johan Løje
jl@slw.dk