

C.**Forslag:**

I § 2, Litra b. ændres: »(jfr. dog § 14 g og h.)« til: »(jfr. dog § 14 h.)«.

Motiver:

I Udvalgets Forslag til § 14 er de tidligere Litra g. og h. sammenarbejdede til et nyt Litra h., hvorfor Henvisningen maa ændres.

D.**Forslag:**

Til § 2, Litra c. føjes efter »Kunstværker«: »samt Reklamer med Hensyn til Tekst, Billedstof og Komposition«.

Motiver:

Allerede efter Forfatter- og Kunstnerloven i dens hidtidige Skikkelse maa Reklamer til en vis Grad falde ind under Beskyttelsesområdet. Med Hensyn til Reklamernes Tekst kan der ikke være Tvivl om, at denne, saafremt den opfylder de fornødne Betingelser med Hensyn til Originalitet, maa falde ind under Begrebet »Skrift« i Forfatterlovens § 1. Reklamernes Billedstof beskyttes ogsaa selvstændigt efter den gældende Lov, saafremt det kan henregnes under Begrebet »Kunstværk« i Lovens § 24, ja selv om dette ikke er Tilfældet, naar det dog kan henføres under de i § 2 c. omhandlede Afbildninger. Med Hensyn til Tekst og Billedstof har det ikke med nærværende Forslag været Tanken at fastslaa nogen stærkere Beskyttelse end den, der efter foranstaaende allerede kan udledes af Loven, medens det med Hensyn til en Reklames særlige Opstillingsmaade, dens originale Komposition, maa forekomme noget tvivlsomt, om der af de nugældende Bestemmelser i Loven kan udledes nogen selvstændig Beskyttelse herfor. Heller ikke Loven om uretmæssig Konkurrence og Varebetegnelse kan yde effektiv Beskyttelse her. Da man maa finde, at en saadan Beskyttelse tiltrænges, og da man har fundet praktisk, at alle Reglerne vedrørende Reklamers Beskyttelse samles paa eet Sted, har man valgt den foreslaaede Formulering. Det maa erkendes, at der ikke blot i en Reklames Tekst og Billedstof, men ogsaa i den særlige Maade, hvorpaa den er opstillet, og hvorved den er egnet til at fæstne sig i Publikums Bevidsthed, kan være nedlagt et stort og betydningsfuldt Aandsarbejde, som fortjener den samme Beskyttelse, som i Henhold til Forfatter- og Kunstnerloven gives for andre Aandsarbejder, der ogsaa kan tjene rent praktiske Formaal. Reklamens Betydning indenfor det moderne Samfunds Forretningsliv er overordentlig stor, og man er i fremmede Landes Retspraksis, saaledes i Tyskland, i nyere Tid kommet ind paa allerede paa den gældende Forfatter- og Kunstnerlovgivnings Grund at statuere Aandsværksbeskyttelse for Reklamer, herunder ogsaa for disses Opstillingsmaade.

Med Hensyn til den foreslaaede Beskyttelse for Reklamernes originale Komposition maa det bemærkes, at der herved ikke er tænkt paa Anvendelsen af Typer af særlig Form eller Udstyr, det er den samlede Reklames specielle Udførelsesmaade, de enkelte Leds Opstilling i Forhold til de øvrige, Reklamens hele Komposition, der er tænkt paa; kun hvis denne fremtræder paa en selvstændig Maade, er der Grund til at beskytte. I det hele taget maa selvfølgelig med Hensyn til de foreslaaede Beskyttelsesregler for Reklamer underforstaas den almindelige Betingelse, der gælder med Hensyn til al Beskyttelse for Aandsværker efter Forfatter- og Kunstnerloven, at det drejer sig om et nyt og selvstændigt Værk, der offentliggøres.