

### Bilag III.

#### DANSK REKLAME-FORENING.

København, den 9. Februar 1931.

#### *Til Kommissionen angaaende Forfatter- og Kunstnerlovens Revision.*

Under Henvisning til mundtlig Forhandling med Kommissionens Formand, Herr Departementschef Graae, tillader vi os at henstille, at der i Forfatter- og Kunstnerloven optages en Bestemmelse om, at den paa original og selvstændig Maade udformede Reklame nyder Beskyttelse.

Efter den gældende Ret er hverken Reklametekster, Reklametegninger eller Reklamers Opstillingsmaade fyldestgørende beskyttet.

1. *Reklameteksten* har kun Beskyttelse, hvis den falder ind under Begrebet »Skrift« (Forfatter- og Kunstnerlovens § 1) i konventionel Betydning.
2. *Reklametegningen* har kun Beskyttelse, hvis den falder ind under Forfatter- og Kunstnerlovens § 2 c. eller under Begrebet »Kunstværk« (Forfatter- og Kunstnerlovens § 24).
3. *Reklamens Opstillingsmaade (Layoutet)* har ikke Beskyttelse.

Skønmæssigt anslaaer man, at der for Tiden bruges mellem 75 og 100 Millioner Kroner om Aaret til Reklame her i Landet. Reklamen er blevet et af det moderne Erhvervslivs vigtigste Virkemidler, hvis rigtige Anvendelse er af afgørende Betydning for Virksomhedernes Rentabilitet. Men samtidig er Reklamens Udøvelse blevet et særligt Fag. Saavel til Skabelsen af Tegninger som Tekster benyttes Landets førende Kunstnere og Forfattere, samtidig med at Opstillingen (Layoutet) kræver en ganske særlig Ophavsmand, hvis Arbejde i nogen Grad kan sidestilles med Billedhuggerens. Reklameskaberne betales meget højt — ja, de er vel de Kunstnere, der betales bedst her i Landet, men deres Arbejder, som i højeste Grad er Aandsprodukter, er i langt de fleste Tilfælde ubeskyttede, hvilket medfører, at de Resultater, der er naaet gennem en betydelig Indsats fra Skaberens Side og gennem store Bekostninger fra Firmaet, der reklamerer, kan benyttes af alle andre — og de benyttes i stort Omfang.

Som Eksempel paa Reklamer, der formentlig fortjener Retsbeskyttelse henvises til vedlagte Bilag (Bilag 1—5 vedrører Opstilling (Layout) og Bilag 6—10 Tekster).

Trangen til Retsbeskyttelse for Reklamen kan ikke afhjælpes gennem Loven om illoyal Konkurrence, da denne Lov kun beskytter Erhvervsvirksomheden og derigennem kun den, der benytter en Reklame ikke den, der fremstiller den, ligesom denne Lov kun skaber Beskyttelse, naar uretmæssig Benyttelse finder Sted paa en saadan Maade, at der kan opstaa Forveksling. I Udlandet, saaledes Tyskland, er Trangen til udvidet Retsbeskyttelse afhjulpet inden for Forfatter- og Kunstnerlovens Rammer.