

**Stjärnornas juridik**

Uppskattad  
Maximerad  
Värderad

# Stjärnornas juridik

*Den här artikeln skall egentligen handla om allt, för allt är just vad begreppet "entertainment law" inbegriper, vilket samtidigt är arbetsnamnet för huvudtemat i detta nummer av BrandNews. Entertainment law är kanske mer använt internationellt än här i landet där ämnesområdena är något mer uppdelade. Men de jurister som arbetar med exempelvis sport och media kommer i kontakt med de ämnesområden som berörs.*

*Man kan se tre grundstommar inom området: ensamrätter, avtalsrätt och skatterätt. I det följande är artikeln uppdelad i dessa tre huvudområden.*

Av Christer Löfgren

Men allra först något man kan uppmärksamma när det gäller juridiken kring underhållning - det ökande inflytande agenter har fått i alla former av nöjes- och sportsammanhang. Man har en agent som håller i presskontakter, kontraktsförhandlingar, affärsupplägg med mera. Men då gäller det också att fundera över vilka kunskaper agenten har när det gäller ensamrätter, avtal och skattehänsyn, att "bara" kunna sälja och prata med media räcker inte.

Lösningen är dock inte så komplicerad, agenten måste helt enkelt bygga upp ett kontaktnät av juridiskt och ekonomisk sakkunniga, och dessutom ha en överblick och självinsikt så att agenten vet när det är dags att utnyttja detta kontaktnät. När man anlitar eller blir kontaktad av en agent är arbets sätt och kontaktnät något man som "stjärna" eller "blivande stjärna" bör informera sig om direkt.

Inom fotbollsvärlden har man löst, eller åtminstone försökt lösa det genom att licensiera agenter. En licens som erhålls först när man har vissa kvalifikationer. Men självklart uppkommer samma behov för exempelvis skådespelare och författare.

## ENSAMRÄTTERNA

**VARI BESTÅR ENSAMRÄTTEN?** Hela området grundar sig på att någon har en rättighet, en ensamrätt av något slag, som någon annan vill utnyttja kommersiellt eller hjälpa till att utnyttja kommersiellt.

Ensamrätten kan bestå av många detaljer såsom ett inregistrerat varumärke, en upphovsrättsligt skyddad figur eller ett namn på figuren som även kan vara ett registrerat varu-

märke. Många utnyttjar också möjligheten att registrera in figurer som sådana som varumärken. Men ensamrätten kan även handla om musik, exempelvis en jingel som introducerar något. Kanske handlar det hela om en text eller ett manus för hur en figur agerar, eller helt enkelt en bok.

Har man då inte sett över sin ensamrätt och funderat på vad det är man har och hur man kan skydda det, finns det anledning att göra det. Gäller det något som är svårt att registrera såsom när en skådespelare spelar en viss karakteristisk figur får man "nöja sig" med det oregistrerade upphovsrättskyddet. Även om marknadsrätten har visat sig ge skydd för figurer då Estline förbjöds att använda skådespelarna bakom LOTTO-Åke och PG i ODDSET-reklamen i reklam nära kopplad till originalidéerna.

**BEROENDEN.** En bok kan ju även om- och bearbetas till ett filmmanus, en bearbetning som inte den ursprungliga bokförfattaren har någon rätt till, men å andra sidan blir bearbetarens rätt beroende av den ursprungliga bokförfattarens då ett utnyttjande av bearbetningen utan bokförfattarens tillstånd skulle innebära ett intrång. Just denna typ av beroendeförhållande kan bli aktuellt i en mängd situationer när något skall kommersialiseras.

För att föra över något skriftligt till scen, film e dyl krävs en bearbetning i form av bl a foto och filmupptagning, en kostymmakare, en manusförfattare, en regissör, en producent med mera, och alla skapar de något som i sig har upphovsrättsligt skydd. Men för att de skall kunna utnyttja sin prestation måste den ursprungliga upphovsmannen godkänna bearbetningen. Normalt får författaren god-

## NÅGRA CELEBRITETER MED VARUMÄRKES-REGISTRERINGAR ELLER -ANSÖKNINGAR HOS USPTO I USA:

Bruce Springsteen  
Metallica  
Red Hot Chili Peppers  
Steven Spielberg  
BoyZone  
Sven Tumba  
Björn Borg  
Dan Aykroyd  
John Belushi  
Jerry Seinfeld  
Naomi Campbell  
Cindy Crawford  
Bill Clinton  
Clint Eastwood  
Madonna  
Wayne Gretzky  
Bono (U2)  
The Edge (U2)  
Sylvester Stallone  
Buzz Aldrin  
Joe Dimaggio  
Donald Trump  
Ivana Trump  
David Bowie  
Tiger Woods  
Börje Salming

## Avlidna, men skyddade

Andy Warhol  
Duke Ellington  
Marilyn Monroe  
Winston Churchill  
Elvis Presley

## SVENSKA KÄNDISAR MED REGISTRERINGAR ELLER AKTUELLA VARUMÄRKES-ANSÖKNINGAR HOS PRV

Tess Mattisson  
Carolina Klüft  
Peter Forsberg  
Pernilla Wiberg  
Dr Alban  
Efva Attling  
Rikard Nilsson (kock)  
Ylva Maria Thompson  
Pelle Pettersson (segling)  
Paul Lederhausen  
Adam Alsing  
Richard Herrey  
Göran Kropp

känna det hela i förväg och får inte någon slags vetorätt. Läs mer om avtalsmässiga aspekter på dessa beroendesituationer.

**INDIREKT ENSAMRÄTT.** Ensamrätten kan även vara indirekt på så vis att exempelvis idrottsutövaren och skådespelaren kan hänvisa till lagen om namn och bild i reklam om någon skulle få för sig att använda dem i reklam utan att först höra sig för. Fördelen med denna indirekta ensamrätt är att alla skyddas. Det ställs inga krav på kändhet eller särprägel av något slag. Det enda som krävs är att en viss person pekas ut/används. Innebörden är att **Göran Persson** mycket väl skulle kunna användas i reklam eftersom det finns flera hundra Göran Persson här i landet, men då under förutsättning att man inte kopplar reklamen till statsministern.

För de som har särpräglade namn som utpekar en viss släkt kan det även bli aktuellt med ett skydd mot att någon använder efternamnen via namnlagen. Kraven för detta skydd är emellertid högt ställda och lär inte vara användbart för så många. Ett udda förnamn hjälper inte i detta fall då reglerna är, i motsats till lagen om namn och bild i reklam som bara ser till identifikationen, helt fokuserade på efternamnet.

## AVTALS RÄTTEN

**SÄLJA ELLER LICENSIERA?** Först får man ställa sig frågan om nyttjanderätten till ensamrätten skall säljas eller hyras ut, eller licensieras som det heter. Det lär bero på vad man talar om. Den grundläggande upphovsrätten finns kanske ingen anledning att sälja, en framgångsrik figur kan onekligen stå för intäkter på olika sätt under åtskilliga år.

Men alternativ finns där man säljer ensamrätten för ett visst nyttjande, men inte för andra nyttjanden. Ett arbetssätt som kan skapa kollisioner som kan bli svåra att hantera. Genom att behålla äganderätten och begränsa sig till licensgivning kan man styra utnyttjandet på bästa sätt.

För finansärer av olika projekt, där ensamrätten skall utnyttjas, är det centralt att dels ensamrätten är säkrad i form av registreringar eller dylikt, och dels att utnyttjandet av ensamrätten är klargjort, även på sikt, i avtal. I en förhandling med en finansär borde det också göras klart vad som händer vid ett underskott alternativt överskott, alltså utöver det som finansären räknar med att få tillbaka på sin satsning. Allra viktigast är vad

som händer vid ett underskott och då hela projektet riskerar att mattas alternativt helt enkelt gå i stöpet. Är finansären beredd att gå in ännu hårdare eller finns det alternativa lösningar och hur säkra är de?

Mycket av det som sägs är av förklarliga skäl allmängiltigt, och alltså aktuellt i alla möjliga typer av affärer och förhandlingar. Det specifika med området *entertainment law*, om det begreppet nu ska användas, är att det inte är föremål utan immateriella rättigheter som är avtalsföremål.

En fråga som blir aktuell när det handlar om immateriella rättigheter, är vad rättigheten omfattar, äganderätten och eventuella inskränkningar. Kanske ställs det krav på den som säger sig ha ensamrätten att denne skall garantera ensamrättens omfattning, något som kan vara vådligt då hinder inte alltid är så uppenbara, utan kommer fram först när ensamrätten har börjat kommersialiseras och spridas. Att då ha garanterat något kan bli dyrbart. Se mer om garantiaspekten och vad den innebär i artikel på sidan 36.

Slutsatsen man bör dra av garantinoteringen är att man som rättighetsinnehavare skall läsa igenom avtalsförslag noggrant och inte minst fundera över innebörden och effekten av det som står i avtalet.

**VAD HÄNDER SEDAN?** En detalj som skapar osäkerhet, som förvånansvärt nog även jurister inte sällan släpper igenom, är bristen på avtalspunkter som tar upp vad som händer den dag avtalet upphör. Vem har rätt till vad, och till den vidare exploateringen av ensamrätten, när samarbetet upphör? Det är väldigt lätt att hänvisa till någon domstol, eller skiljeförfarande, och vissa regelverk i avtalsparagrafen som tar upp vad som händer vid en eventuell tvist, men det borde vara ännu mer intressant att så långt möjligt lösa de situationer som kan uppstå i förväg. Det kan jämföras med äktenskapsförord och samboavtal; det är möjligt, om än kanske jobbigt, att lösa i början av förhållandet, men i det närmaste omöjligt att lösa när splittringen är ett faktum.

**UPPFÖLJARE.** En mindre drastisk ”vad händer sedan”-del i avtalet bör handla om den potential som ursprungs prestationen eller -personen har. Av avtalet bör det klart och tydligt framgå om det gäller ett konkret och klart avgränsat utnyttjande av rättigheten, eller om man vill lämna öppet för exempelvis en uppföljare av något slag om utnyttjandet blir kommersiellt lyckat.



Grammisgala i Globen 2001.  
Teddybears STHLM får en  
Grammis för Årets Album samt  
Årets pop/rock-grupp.  
Foto: Jan Collsi  
© Pressens Bild

Gäller det inte en direkt uppföljare så kanske merchandising kan bli aktuellt. Det gäller som bekant bl a försäljning av prylar med figuren, artisten eller prestationen i tryckt eller i tredimensionell form.

En central del i dagens mediavärld är utnyttjande på Internet. Alla kommersiellt intressanta personer, produktioner m m finns ute på nätet, oftast med egna webbsior. Det självklara i att finns på nätet medför tryck på att klara ut denna form av publicering avtalsvägen. Just vad gäller nätet kan ju en missnöjd även luta sig mot PUL-lagen om publicering av namn och bild på nätet, för att stoppa publiceringen. Gränsdragningarna skall inte tas upp vidare här.

**MED VEM?** Med vem är det då alla dessa avtalspunkter skall tas upp? Naturligtvis går det inte att säga generellt. Det kan vara en förläggare, teater-, film-, eller tv-producenten, licenstagaren vid merchandising osv.

För de som genom avtal ska utnyttja ensamrätten är det

centralt att man har rätt avtalspartner och att den som skriver under avtalet verkligen är firmatecknare, alternativt rättighetsinnehavare. Många för över sina ensamrätter i bolag utan att alltid vara medvetna om den formella innebörden, och tror att de personligen kan teckna avtal kring det de har presterat, trots att prestationen är ett företags, om än deras eget företags.

Men oavsett med vem man skall komma överens så är det uppenbart att en klar och entydig ensamrätt, en medvetenhet om möjligheterna att kommersialisera ensamrätten, en medvetenhet om vilka kommande beslut som måste tas och en uppfattning om hur ersättningen skall betalas ut, är en bra start. Dessa utgångsvärden skall dessutom båda sidor ha för effektivast möjliga avtal.

**BEROENDEN.** I avsnittet om ensamrätter tas beroenden upp: när rättigheter låser upp varann då ursprunget och bearbetningen ofta har olika upphovsmän.

I dessa fall finns det anledning att vända sig till kunniga råd-

# Stjärnornas juridik

givare, så att inte en liten tuva i produktionen kan stjäla hela produktionen. I samband med att rättighetsfrågorna löses bör man arbeta på sikt och styra upp vad som gäller vid exempelvis tv-inspelning av ett scenverk, och styra upp vad gäller rättighetsmässigt om man skall sälja föreställningen på video/DVD eller till radioteatern. Om musiken skall lanseras för sig, hur regleras det med kompositören, arrangören och musikerna? Skulle det gå att använda scenverket som utbildningsmaterial för teaterstuderande genom att lägga över det, eller en stiliserad version, på CD möjlig för bearbetning av studenterna? Hur ser rättighetsfrågan ut då?

Svaren kan i många fall bli att det inte är så stora problem då alla vill tjäna pengar. Skulle eventuell vidareanvändning inte vara utklarat i förväg så kan man alltid genom ersättning köpa loss eventuella rättigheter. Men man kan inte ta det för givet, när det gäller personliga prestationer kan många gånger personliga principer väga tyngre än några extra kronor.

**BIOGRAFIN.** För många kända personer dyker det upp en ny rättighetsfråga när biografien över den framgångsrika karriären skall skrivas. En medförfattare alternativt spökskrivare kan behövas och då dyker det upp ännu en punkt: hur skall denne ersättas och vem har rätt till boken när det är dags att trycka en ny upplaga?

Är man tillräckligt känd kan en översättning bli aktuell. Det måste då ha klarats ut vem som styr över till vilka språk boken skall översättas och hur man rent praktiskt godkänner översättningarna som görs. Visar sig biografien tillräckligt fångslande kan det dyka upp intresserade filmproducenter och allt vad där hör till.

Just när det gäller biografier kan också produktplaceringen i en framtida film bli intressant. Säg att personen i biografien hyser en vitt känd misstro mot ett visst bilmärke och denne billeverantör vill agera billeverantör till filmen för att neutralisera personens åsikter. Vem avgör vilken billeverantör som skall stötta och synas i filmen?

**KONTROLLEN.** En sista notering vad gäller avtalsdelen får gälla kontrollen. Det är alltid svårt att släppa kontrollen över sin prestation, eller sin person. Under vilka förutsättningar och på vilket vis får utnyttjandet ske? I kommersialiseringar måste ofta upphovsmannen, innehavaren av ensamrätten, av rent praktiska skäl släppa kontrollen över hur ensamrätten kommer att utnyttjas i detalj. Men man skall då vara beredd på det.

## SKATTERÄTTEN

**ALLT PÅ EN GÅNG?** Varför då skatterätten som en egen grundstomme? Svaret är enkelt då det är centralt för upphovsmannen hur pengarna skall tas in. Det inledande övervägandet under rubriken "Avtalsrätten" kan mycket väl påverkas av skattemässiga aspekter. Är det möjligt att minska skatten om man skulle sälja ensamrätten och få en större klumpsumma direkt, eller blir skatten då orimlig?

Nästa fråga blir om det går att lindra skatteeffekterna genom att bilda ett eget "personligt" aktiebolag och lägga rättigheterna till både en figur och den verkliga personen i bolaget.

Därefter kan bolaget pytsa ut en lagom lön som man skattar för istället. Men när man då räknar in både bolagsskatt och den arbetsgivaravgift och den personliga skatten som skall betalas på det som tas ut från bolaget, är det då den bästa lösningen?

Ett alternativ vid sidan om aktiebolag är att starta enskild firma, men ekonomin i denna typ av firma kopplas intimt med personen som äger den och dennes personliga ekonomi, att möjligheterna att påverka skatteeffekterna är sämre än då man driver verksamheten via ett aktiebolag.

Skulle den skattemässigt bästa lösningen vara en licens där betalningen sker löpande får man fråga sig hur nivån på licensen är i jämförelse med det engångsbelopp man skulle kunnat få istället. Hur lång tid tar det att nå samma slutsumma som engångsbeloppet? Är licensinkomsten säker under så lång tid? Å andra sidan kan ju värdet på att utnyttja den tecknade figuren eller idrottsstjärnan öka med tiden då deras framgångar blir än större, och då kan en omförhandlingsbar licens vara den optimala lösningen.

En egenhet för underhållning, oavsett vilken slags underhållning det rör sig om, är att aktörerna rör sig över landsgränser. Därmed uppkommer ibland en del svåra skatteöverväganden. Vilken effekt har exempelvis dubbelbeskattningsslagarna i landet man drar in pengarna, respektive det land man bor i?

**SPECIELLA SKATTELÖSNINGAR.** Artistskatt finns, men endast för de artister och idrottsmän som inte är boende i Sverige samt utlandsbaserade arrangörer och motsvarande. De skall betala 15 procent i inkomstskatt, vilket dra och betala sin av den som betalar ut ersättningen. Det tillkommer ingen arbetsgivaravgift. I dessa, som i övriga, skattefrågor får man dessutom se närmare på vad dubbelbeskattningssavtalen säger.

För "fria kulturarbetare" finns ytterligare möjligheter att påverka skatten. Den berörda kretsen är författare, musiker, bildkonstnärer, skulptörer m.m.

Arbetar de med större projekt som tar minst två år och får huvuddelen av ersättningen när arbetet är klart kan inkomsterna fördelas på de år arbetet har pågått. Alltså en form av retroaktiv skatteräkning, som självklart bara lönar sig om man under de tidigare åren har haft sämre inkomster.

Upphovsmannakonto är ett alternativ för den som har ojämna inkomster. Man kan då sätta in delar av en hög inkomst på ett särskilt läst konto. När man tar ut pengarna utlöses inkomstskatten på dem. Räntan från kontot beskattas, utan möjlighet till avdrag mot utgiftsräntor, med 15 procent.

## Sammanfattning

Detta blev en lång lista över förmaningar och uppmaningar över vad som skall beaktas när man skall utnyttja en ensamrätt. Det är emellertid självklarheter för jurister som arbetar med sk entertainment law och bör inte ställa till några större problem. Men det är bra för alla inblandade att var uppdaterade kring vad avtalen bör ta upp. På så vis blir ofta avtalen mer "rätt", än när parterna överlåter allt till externa jurister.

*Men, hur ska det gå för Zlatan? Se sidan 14.*

# Juridiken är inte svart och vit.

## Linklaters

Linklaters är lokal expertis och internationella resurser i kraftfull kombination. En global **advokatbyrå**, som hjälper världens ledande företag och finansiella institutioner att lyckas i deras viktigaste affärer och transaktioner. Inom den svenska verksamheten finns 20 jurister specialiserade på immaterialrätt, marknadsrätt, mediarätt, IT-rätt och telekom. Vi arbetar integrerat med Linklaters övriga affärsjuridiska specialister i Sverige och globalt.

Som ett led i renodlingen av vår internationella profil har Linklaters Lagerlöf i Sverige bytt namn till Linklaters.

## Linklaters

Linklaters Advokatbyrå AB, Strandvägen 7 A, Box 5402, 114 84 Stockholm, Tel 08-665 66 00, Fax 08-667 68 83  
Linklaters Advokatbyrå AB, Stortorget 8, 211 34, Malmö, Tel 040-665 65 00, Fax 040-97 19 17  
[www.linklaters.com](http://www.linklaters.com)

## Fyra försök att roffa åt sig märket ZLATAN oroar inte Zlatan

*På Patentverket finns idag fem varumärkesansökningar för ZLATAN, varav ingen kommer från Zlatan.*

Den unge fotbollsstjärnan **Zlatan Ibrahimovic** har uppenbarligen potential i kommersiella sammanhang. Patent- och registreringsverket fick nyligen under några få dagar in fyra varumärkesansökningar för märket ZLATAN. Ansökningarna gäller främst för kläder och skor.

Åtminstone två av de fem ansökningarna är uppenbarligen seriösa försök att få ensamrätt till ZLATAN eftersom ansökningsavgiften för dessa två har betalats. Det gäller dels en ansökan från Nordic Telcom Group, dels en från en kvinnlig privatperson.

Att ansökningar skickades in under några få dagar lär bero på en artikel i Aftonbladet med ingressen: "PR-experterna: Namnet Zlatan är helt oskyddat – vem som helst kan idag sälja sportdryck i hans namn."

Artikeln tog upp hur sportstjärnor inte utnyttjar sina namn kommersiellt effektivt, och att de inte registrerar sina namn som varumärken och därmed, enligt artikeln, riskerar att andra utnyttjar namnen istället. Artikeln hade alltså effekt.

### Namn och bild i reklam

Vad artikeln inte tog upp var den i sammanhanget centrala lagen om namn och bild i reklam. En lag som gör att personer, alla personer, är skyddade mot att någon använder dem, deras namn eller bild eller något annat som pekar ut personen i reklam.

Mot denna bakgrund kontaktade BrandNews Zlatan Ibrahimovic agent **Anders Carlsson**, som berättar att man har tittat närmare på den här frågan och beslutat att inte agera på något sätt. Personen Zlatan är väl skyddad av lagen om namn och bild i reklam, konstaterar Carlsson.

**BN** – Samma dag som artikeln, och dagen efter, fick Patent- och registreringsverket in fyra ansökningar för ZLATAN. Föranleder det någon åtgärd från er?

**AC** – Det kände jag inte till, men det tror jag inte. De kan ju ändå inte använda märkena för att syfta på Zlatan.

BrandNews kan bara konstatera att vi lär få höra om detta igen. Bedömningarna kring ansökningarna, och en senare användning, kan onekligen komma att skilja sig åt med följden att Zlatan inte är ett tillräckligt etablerat artistnamn för att hindra ansökningarna. Men samtidigt pekar alltså mycket på att Zlatan kan säga stopp om någon börjar sälja träningskläder under märket ZLATAN.



SVENSK OCH INTERNATIONELL AFFÄRSJURIDIK

**Karlerö & Co**  
ADVOKATBYRÅ

Box 7330, Kungsgatan 26, 103 90 Stockholm  
Tel 08-20 06 10 Fax 08-20 06 04 E-mail: info@karlero.se Internet: www.karlero.se



AARHUS ADELAIDE ATHENS BOMBAY BRISTOL BRUSSELS CARDIFF COLOMBO CORK DUBAI EDINBURGH EXETER  
FRANKFURT GIBRALTAR GLASGOW HAMBURG HELSINKI HONG KONG JAKARTA KUALA LUMPUR LISBON LONDON LYON  
MAASTRICHT MALAGA MANILA MELBOURNE MILAN MUNICH NANTES NEW DELHI OSLO PARIS PERTH PLYMOUTH  
RENNES-BREST REYKJAVIK ROME SINGAPORE **STOCKHOLM** SYDNEY TAUNTON TIVERTON VADUZ VIENNA ZÜRICH