

# Programformat

*- konceptskydd ur ett upphovsrättsligt och  
marknadsrättsligt perspektiv*

Johan Svensson

Kandidatuppsats i handelsrätt

HARH10

HT2013

Handledare

Jonas Ledendal



**LUNDS UNIVERSITET**  
Ekonomihögskolan



# Innehållsförteckning

<b>Förord .....</b>	<b>9</b>
<b>Förkortningar.....</b>	<b>10</b>
<b>1. Inledning.....</b>	<b>11</b>
1.1 Bakgrund .....	11
1.2 Syfte och frågeställning.....	12
1.3 Avgränsningar .....	12
1.4 Metod och material .....	12
1.4.1 Metod .....	12
1.4.2 Material .....	13
1.5 Disposition .....	15
<b>2. Handel med programformat.....</b>	<b>17</b>
2.1 Inledning .....	17
2.2 Branschens utveckling .....	17
2.2.1 Branschpraxis och intresseorganisationer.....	20
2.3 Sammanfattande kommentarer.....	21
<b>3. Upphovsrättsligt skydd för programformat.....</b>	<b>23</b>
3.1 Inledning .....	23
3.2 Internationella likheter och nationella olikheter .....	24
3.3 Programformat som skyddsföremål .....	24
3.4 Programformatets beståndsdelar som skyddsföremål.....	28
3.4.1 Programformatets utvecklingssteg.....	29
3.4.2 Fortsättningsverk .....	32
3.5 Rättspraxis.....	34

3.5.1	Rättsfallsreferat: Sverige, Mål nr T 1164-06, " <i>Top-Dog</i> " .....	34
3.5.2	Rättsfallsreferat: Danmark, U.1999.1762Ø, " <i>Who Wants To Be A Millionaire</i> " .....	37
3.6	Analys och slutsatser.....	39
<b>4.</b>	<b>Marknadsrättsligt skydd för programformat.....</b>	<b>41</b>
4.1	Inledning .....	41
4.2	Renommésnyltning .....	41
4.3	Rättspraxis.....	42
4.3.1	Rättsfallsreferat: Återkoppling: " <i>Who Wants to Be a Millionaire</i> " .....	42
4.3.2	Rättsfallsreferat: Sverige. MD 2002:17 " <i>Gladiatorerna</i> " .....	42
4.3.3	Rättsfallsreferat: Sverige. MD 1993:26 " <i>Hemglass</i> " .....	44
4.4	Analys och slutsatser.....	46
<b>5.</b>	<b>Sammanfattning och slutsatser.....</b>	<b>49</b>
5.1	Inledning .....	49
5.2	Upphovsrättsliga sammanfattningar.....	49
5.3	Marknadsrättsliga sammanfattningar .....	51
5.4	Besvarande av frågeställningar .....	51
5.4.1	Kan programformat få upphovsrättsligt skydd i Sverige?.....	51
5.4.2	Kan programformat få marknadsrättsligt skydd i Sverige?.....	52
5.5	Egna reflektioner.....	52
<b>6.</b>	<b>Käll- och litteraturförteckning .....</b>	<b>53</b>
	<b>Rättsfallsförteckning .....</b>	<b>57</b>

# Summary

The main purpose of this essay was to find out if program formats are possible to protect in Sweden based on copyright regulation and market legal regulation regarding reputation.

I have used the traditional legal method which contains legal sources, legal texts, case law, its legislative history and doctrine is the basis for my investigation. For a broader understanding a Media and Communication scientific theory has been used to reach further in discussions about a future security requirements, *de lege ferenda*.

Doctrine consists mainly of authority authors like Karnell, Kirk Deichmann and Humphreys who all contributed valuable knowledge to my essay.

The conclusion is that program formats has great difficulty in obtaining copyright protection in Sweden. Program formats is a concept product which seems as a composite of ideas which can't be protected. Since there's only a Swedish court case from the district court that deals with program formats on the basis of copyright law, it is difficult to make the definite conclusions. However, a program format, which contains well developed components and structural elements, indirect can get protection, but not for the complete concept.

On the contrary, in the marketing law, I see a tendency for program formats may get protection for the complete concept. Unlike copyright, within the marketing law, there are legal cases which indicate that successful program formats as have been licensed on the market, nowadays gets protection of the whole concept.



# Sammanfattning

Det huvudsakliga syftet med den här uppsatsen var att ta reda på om den internationella handelsvaran programformat är möjlig att skydda i Sverige utifrån upphovsrättslig reglering och marknadsrättslig reglering avseende renommé.

Jag har valt att använda mig av traditionell juridisk metod där rättskällorna lagtext, rättspraxis, förarbeten och doktrin ligger till grund för min undersökning. För en bredare förståelse har även en Medie- och kommunikationsvetenskaplig teori använts för att nå längre i diskussioner kring ett framtida skyddsbehov, *de lege ferenda*.

Doktrin utgörs främst av auktoriteter som Karnell, Kirk Deichmann och Humphreys som alla bidragit med värdefulla kunskaper i mitt uppsatsarbete.

De slutsatser jag kan dra är att programformat har stora svårigheter att få upphovsrättsligt konceptskydd i Sverige. Programformat är en konceptprodukt som ses som en sammansättning av idéer vilka inte går att skydda. Eftersom det endast finns ett svenskt rättsfall från tingsrätten som behandlar programformat utifrån upphovsrätten, är det svårt att dra de bestämda slutsatserna. Däremot kan ett programformat via väl utvecklade beståndsdelar och strukturelement, indirekt få skydd.

Tvärtom, inom marknadsrätten ses tendenser till att programformat får konceptskydd. Till skillnad från upphovsrätten finns här rättsfall som indikerar att framgångsrika programformat som licensierats på marknaden numera bedöms som koncept och ges konceptskydd.





# Förord

Denna kandidatuppsats författades höstterminen 2013 vid Institutionen för handelsrätt, Lunds universitet. Ämnesvalet att utreda rättsläget för programformat föll sig naturligt då jag redan innehar en kandidatexamen i Medie- och kommunikationsvetenskap. Sedan tidigare är jag även utbildad tv-producent och har fem års praktisk erfarenhet från branschen.

Uppsatsen har handletts av juris doktor Jonas Ledendal som föredömligt hjälpt mig att styra skutan rätt på detta internationella och komplexa ämnesområde. Jonas har även med sitt pedagogiska arbete bidragit till mitt ständigt växande intresse för immaterialrätt under utbildningstiden.

Jag vill även tacka FRAPA som gav mig möjligheten att ta del av *FRAPA Report 2009* och *FRAPA Report 2011*, Tobias Lindeson för att jag fått använda dina intervjuer samt advokat Anders Fernlund för de inledande diskussioner vi hade om likheter mellan franchising och programformat.

Johan Svensson

Lund 2014-01-05

# Förkortningar

EG	Europeiska Gemenskapen
EU	Europeiska Unionen
FRAPA	Format Recognition and Protection Association
IFLA	International Format Lawyers Association
MD	Marknadsdomstolen
MFL	Marknadsföringslag (2008:486)
NIR	Nordiskt Immateriellt Rättsskydd
NJA	Nytt Juridiskt Arkiv
Prop.	Regeringens proposition
SFS	Svensk författningssamling
SOU	Statens offentliga utredningar
TRIPS	Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights
URL	Lag (1960:729) om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk
WIPO	World Intellectual Property Organization
WTC	WIPO Copyright Treaty

# 1. Inledning

## 1.1 Bakgrund

Ett programformat är ett framgångsrikt tv-program som utvecklats till en internationell handelsprodukt. Hit hör *Idol*, *Survivor*, *Who Wants To Be A Millionaire* med flera som alla varit förebilder på en starkt växande marknad och bidragit till dagens mediekultur.

Trots att branschens omsättning ökat kraftigt står programformat utan enhetlig rättslig reglering. Inte någonstans i världen finns det lagregler för programformat, eller "format" som det även kallas. Det går heller inte att finna begreppen i någon internationell konvention eller lands lag.<sup>1</sup> Detta innebär att det heller inte går att finna programformat, eller "format", som en egen verkskategori i någon internationell eller nationell upphovsrättslag.<sup>2</sup> Detta har påverkat aktörernas välvilja att få en fungerande marknad för konceptprodukten vilket bidragit till att en gentlemen's agreement växt fram. Detta har även bidragit till att parterna hellre avgjort tvister sinsemellan eller via skiljedomstolar snarare än via allmänna domstolar.

Sedan en tid finns dock indikationer på att den gentlemen's agreement som dominerar marknaden kan vara på väg att lösas upp och det finns tecken på att ett rättsligt skydd för programformat börjat efterfrågas.

Den snabba utveckling som pågått sedan början av 1990-talet fram tills idag har inneburit flera såväl internationella som nationella samhälleliga förändringar vilket också kan ha förändrat de spelregler som gäller inom handeln med programformat. Marknaden har blivit digitaliserad, konkurrensen om sponsorer och publik har hårdnat samtidigt som fler programformat är beprövade.

---

<sup>1</sup> Humphreys, Edward (ed.), *International Copyright and Intellectual Property Law: Challenges for Media Content Producers*, JIBS Research Report Series NO. 2008-2, 2008, s. 74

<sup>2</sup> Ibid. s. 76

## 1.2 Syfte och frågeställning

Syftet med denna uppsats är att undersöka om svensk rätt ger upphovsrättsligt och marknadsrättsligt skydd för programformat.

I första hand undersöks om programformat får skydd som ett självständigt verk, dvs. som ett koncept, under båda skyddsformerna. Om inte programformat kan skyddas som verk undersöks de beståndsdelar ett programformat består av och om dessa kan ge indirekt skydd.

Undersökningen tar utgångspunkt i svensk lagstiftning och redogör för de rättsakter från EU och internationell reglering som är relevanta för uppsatsens syfte.

## 1.3 Avgränsningar

Skyddsformer som kan aktualiseras med programformat är upphovsrätt, varumärkesrätt, patenträtt och mönsterrätt. Även marknadsrättens marknadsföringslag och lag om företagshemligheter kan aktualiseras. Undersökningen är avgränsad till upphovsrättslagen och marknadsföringslagen och berör inte konkurrensrättsliga aspekter eller *Lag (1990:409) om skydd för företagshemligheter* då dessa inte är relevanta för uppsatsens syfte. Rättsutredningen av programformat är starkt internationellt präglad och ett utländskt rättsfall presenteras. Trots detta diskuteras inte de internationella privat- och processrättsliga reglerna pga. utrymmesskäl.

## 1.4 Metod och material

### 1.4.1 Metod

Uppsatsen tillämpar *traditionell juridisk metod* som är vägen från mina frågeställningar fram till mitt påstående. Metoden pekar ut de rättskällor som enligt Sandgren "skall, får och bör beaktas" och härigenom fastställa gällande rätt, *de lege lata*, för uppsatsens frågeställningar. Detta innebär att jag kommer presentera rättskällorna lag, lagförarbeten, rättspraxis och doktrin.<sup>3</sup> En klar lagtext antas ha högst dignitet och om två lagregler står i strid med varandra, äger den

---

<sup>3</sup> Sandgren, Claes, *Rättsvetenskap för uppsatsförfattare: ämne, material, metod och argumentation*, 2 uppl. Stockholm: Norstedts Juridik AB, 2007, s. 36f

speciella och preciserade lagregeln företräde. Härefter kommer domstolsavgörande, dvs. rättspraxis, från Högsta domstolen (HD) och Marknadsdomstolen (MD) där avgöranden med prejudikatvärde har en betydande roll.<sup>4</sup> Rättspraxis från hovrätt och tingsrätt har lägre dignitet men det finns en tendens att följa även hovrättens avgöranden i frågor som inte varit föremål för Högsta domstolen tidigare.<sup>5</sup>

Därefter kommer förarbeten till lagar och doktrin som båda kan utgöra ett viktigt stöd vid tolkning och deras inbördes dignitet kan växla beroende på fall till fall.<sup>6</sup> Både förarbeten och doktrin har en betydande roll i denna uppsats då lagtexten inte presenterar alla begrepp.

För denna uppsats har jag även hämtat teorier från Medie- och kommunikationsvetenskapen som har till funktion att lyfta fram den verklighet regleringen kring programformat verkar i. För att styrka detta har jag även använt utdrag från intervjuer där ledande personer i branschen har kommenterat rättsläget för programformat. Detta för att nå ytterligare förståelse och för att komma i diskussioner gällande ett framtida regelbehov, *de lege ferenda*.<sup>7</sup>

Uppsatsen berör även två intresseorganisationer, *FRAPA* och *IFLA*. Eftersom det inte finns en tydlig reglering för programformat kan utredningar gällande handelsbruk eller sedvänjor hämta yttrande från dessa.<sup>8</sup>

#### **1.4.2 Material**

Svenska immaterialrättsliga lagar har uppstått ur ett samnordiskt lagstiftningsarbete vilket innebär att vi idag har snarlik reglering i de nordiska länderna, så även inom marknadsrätten. Detta leder till att undersökningen framför allt är präglad av nordisk rättspraxis och doktrin.

*Lag (1960:729) om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk* (framöver URL) kom till via *Auktorrättskommitténs betänkande (SOU 1956:25 och prop. 1960:17)*. I betänkandet (*SOU 1956:25*) framgår det samnordiska förarbetet.

---

<sup>4</sup> Lehrberg, Bert, *Praktisk juridisk metod*, femte upplagan, Förlag: I.B.A. Institutet för Bank- och Affärsjuridik AB, 2006, s. 91

<sup>5</sup> Ibid. s. 147

<sup>6</sup> Ibid. s. 91

<sup>7</sup> Ibid. s. 178

<sup>8</sup> Ibid. s. 94

Sedan Sverige blev medlem i EU har svenska upphovsrättslagen blivit harmoniserad genom EU-direktiv. De direktiv som svensk berörs är direktiv 2001/29/EG om harmonisering av vissa aspekter av upphovsrätt och närstående rättigheter i informationssamhället (*Infosoc*) samt direktiv 2009/24/EG om rättsligt skydd för datorprogram

Sverige och EU har även anslutit sig till internationella konventioner. I uppsatsen berörs WIPO:s *Bernkonvention (BK)*, *Pariskonventionen (PK)*, *Copyright Treaty* och *World Trade Organizations, WTO, TRIPS-avtal*.

Marknadsrätten behandlar främst renommésnyltning men också konceptskydd utifrån *Marknadsföringslag (2008:486)* (framöver MFL). Lagen utvecklades från förarbete *prop. 2007/08:115* och infördes för att genomföra *EU-direktiv (2005/29/EG) om otillbörliga affärsmetoder*. På internationell nivå regleras marknadsrättsligt skydd genom WIPO:s *Pariskonventionen (PK)*.

Rättspraxis på området spelar stor roll vid bedömningen av rättsläget. Då det endast finns ett rättsfall som behandlar programformat, *Top-Dog*, är utländsk rättspraxis viktig samt hur de löst tvister i deras rättssystem. I denna uppsats är rättspraxis hämtad från Norden och exemplifieringar från andra utländska rättsfall kan förekomma. Utländsk spraxis bör läsas med en medvetenhet om att det kan föreligga skillnader mellan Sverige och dessa länders lagar, trots att intrångslandet kan vara anslutet till EU och internationella konventioner precis som Sverige.

Professor Emeritus Gunnar Karnell har skrivit *Rätten till programinnehållet (1970)*, festskriften *TV-spel och upphovsrätt - om skyddet i Sverige för ett slags "formats"* (1997) och artikeln *Copyright to Sequels - With Special Regards to Television Show Formats (2000)*, författad åt *International Review of Intellectual Property and Competition Law, IIC*. Senare anslutna forskare på området är Hanne Kirk Deichmann med avhandlingen *Programformater (2002)* och artikeln *Variationsværker (2004)*. Hit hör också Edward Humphrey med verken *Programformat och medier i konvergens (2011)* samt *International Copyright and Intellectual Property Law: Challenges for Media Contents Producers (2008)*.

För marknadsrättens område har jag tagit del av Bernitz mfl. *Immaterialrätt och otillbörlig konkurrensrätt (2013)* som behandlar de marknadsmässiga aspekterna

av programformat. Intresseorganisationernas verksamhet förstås utifrån *FRAPA Reports 2009* och *FRAPA Reports 2011*. Dessa icke officiella rapporter omfattandes ger statistik, en ingående redogörelse av internationell utveckling samt placerar in Sveriges roll på marknaden. För ytterligare insikt i branschen har jag använt mig av intervjuer från jur.kand. Tobias Lindesons *Det juridiska skyddsbehovet av programformat (2005)* där tongivande personer inom den svenska formathandeln intervjuas om regleringen kring programformat. För den bredare förståelsen av hur mediekonvergens haft en inverkan på handeln med programformat, används medieforskaren Henry Jenkins verk *Konvergenskulturen (2011)*. Dessa teorier bidrar med en underliggande förståelse och pekar på vilket håll mediasamhället utvecklas och vilken typ av reglering (*de lege ferenda*) som kan vara lämplig i Sverige.

## 1.5 Disposition

Uppsatsen är indelad i 6 kapitel. Kapitel 2 ger en historisk bakgrund till hur handeln med programformat utvecklats från 1950-talet fram tills idag. Vidare speglas branschpraxis och de intresseorganisationer som utvecklats på området.

Kapitel 3 behandlar de upphovsrättsliga problemen kring programformat. Först diskuteras det centrala problemet kring idébegreppet, konkret form och konceptskydd. Detta följs av en diskussion kring de beståndsdelar och strukturelement programformat består av utifrån originalitets- och verkshöjdsbegreppen. Vidare diskuteras hur ett upphovsrättsligt verk kan kopieras och bli ett legalt fortsättningsverk utan att det är frågan om intrång. Rättspraxis ger en bild av hur ett obefintligt konceptskydd ter sig i praktiken samt hur beståndsdelar och strukturelement kan ge indirekt skydd. Kapitlet avslutas med analys och slutsatser.

Kapitel 4 behandlar det marknadsrättsliga problemet med *renommésnyltning* som aktualiserats i samband med programformat.

Kapitel 5 innehåller sammanfattning och avslutande kommentarer.





## 2. Handel med programformat

### 2.1 Inledning

Detta kapitlet presenterar utvecklingen kring programformat och hur den sett ut fram tills idag. Här innefattas hur programformat utvecklats på en starkt växande mediemarknad, hur ett programformat som produkt utvecklas och säljs samt hur branschpraxis och intresseorganisationer arbetar för att få en fungerande handel. Kapitlet är av informativ karaktär och har dels till syfte att ge programformat den presentation som krävs för kommande kapitel samt att ge en förståelse för om det skydd som finns möter medieutvecklingen eller om ett mer utvecklat framtida skydd kan motiveras.

### 2.2 Branschens utveckling

Med en historisk tillbakablick hamnar vi i USA på 1950-talet då medieprogram började produceras med uppspelningsmediet tv i åtanke. Under de drygt nästkommande fyrtio åren har den globala tv-programutvecklingen fortsatt och det har uppkommit efterbildningar, kopior har producerats och en licensiering har successivt växt fram. Den stora skillnaden jämfört med 1950-talets USA är att allt skedde i småskala. Om rena kopior förekom arbetade bolag som handlade med tv-program betydligt mer nationellt och intrång uppdagades inte. Det handlade dock inte om att stjäla idéer eller att medvetet göra intrång utan producerande bolag hade snarare andra länders produktioner som inspirationskällor.<sup>9</sup> Successivt har programformaten växt fram och fått industriell karaktär vilken *Moran* beskriver genom följande:

A format can be used as the basis of a new programme, the programme showing itself as a series of episodes, the episodes being sufficiently similar to seem like instalments of the same programme and sufficiently distinct to appear like different episodes.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Humphreys, Edward, *Programformat och medier i konvergens*, Nordicom Göteborg, 2011, s.19

<sup>10</sup> Moran, Albert – Malbon Justin, *Understanding the global TV-format*, Bristol Intellect Books, E-bok, 2006, s. 20

Det var först från 1990-talets början som handeln med programformat tog fart och marknaden började utformas såsom den ser ut idag, vilket måste förstås utifrån ett antal faktorer. I Sverige började tv-monopolet brytas kring 1990-talet då kanaler som TV4, TV3 och TV5 dök upp jämte Sveriges Television i det markburna nätet. Så småningom kompletterades det markburna nätet med globala satellitkanaler och den svenska tv-publiken kunde sluta sig till en internationell publikskara samtidigt som tv-utbudet utökades. Nya programidéer fick ny internationell publik och lokalt producerande bolag kunde inspireras av internationella program avseende innehåll och hur de framställdes visuellt. Den nationella utvecklingen blomstrade samtidigt som tekniken främjade tv-publikens behov.

En ytterligare faktor till det markant ökade antalet programformat är den digitalisering som skett. Utvecklingen med Internet har lett till att medierna konvergerat på flera vis. Medieforskaren *Jenkins* talar om en mediekonvergens som kan ses som en ovanifrån bolagsstyrd process där teknikföretagen utvecklat nya medieplattformar vilket lett till att nya användningsområden inom media har växt fram. Detta samtidigt som konsumenterna, genom en underifrån styrd process, successivt mött utvecklingen och skapat nya behov på nya medieplattformar. Detta kan sammanfattas med att "bolagsexistensen har samexisterat med gräsrotskonvergens där medialt stoff har spridits över olika mediasystem, konkurrerande medieekonomier och nationsgränser".<sup>11</sup> För uppsatsens ämne härleds denna digitaliserade utveckling till programformatens diversifiering där svenska hushåll idag, jämfört med förr, kan vara mottagare på ett stort antal medieplattformar som tv-apparater, datorer, smarta mobiltelefoner, surplattor etcetera. Radio-, tv-, telekommunikations-, data- och massmediebranscherna växer samman alltmer och närmar sig en global sammansluten multimedie- och IT-sektor.<sup>12</sup>

Idag, drygt tjugo år efter att handeln med programformat tog rejäl fart visar statistik från *Internationella Formathandelns Organisation (FRAPA)*, att under perioden 2002-2004 såldes 259 originalformat och handeln omsatte 6,4 miljarder euro. En senare rapport från FRAPA visade att mellan åren 2006-2008

---

<sup>11</sup> Jenkins, Henry, *Konvergenskulturen: Där gamla och nya medier kolliderar*, Diadalos, Göteborg, 2012, s. 28

<sup>12</sup> Humphreys, *Programformat och medier i konvergens*, s. 33

producerades 445 originalformat och omsättningen hade ökat till 9,3 miljarder euro. Under denna period involverades 57 länder och originalformaten bearbetades i 1262 nationella versioner.<sup>13</sup>

Efter starten på 1990-talet fick flera programformat sina globala genomslag. Flera av de stora programformaten är succéer som sångtävlingsprogrammet *Idol*, realityprogrammen *Big Brother* och *Survivor (Robinsson)*, frågesportsprogrammet *Who Wants To Be A Millionaire? (Vem Vill Bli Miljonär?)* och komediserien *The Office (Kontoret)* för att nämna några. Statistik visar att det globala fenomenet *Idol* har haft lokala produktioner i över 40 länder, *Who Wants To Be A Millionaire?* har sänts i över 100 länder, *Survivor* har resulterat i 50 länders lokala produktioner och *Come Dine With Me (Halv åtta hos mig)* har licensierats till 18 länder.<sup>14</sup>

De globalt stora aktörerna är *Endemol*, *FremantleMedia*, *BBC Worldwide* och på senare tid har även ett antal amerikanska studios växt fram. Flera svenska bolag ägs av europeiska storbolag som verkar i Sverige och hit räknas *Strix Television*, *Meter Film & Television*, *Zodiak Entertainment*, *Silverback* och *Baluba*. Även oberoende producentbolag som *Titan Television*, *OTW Entertainment Television* och *Sveriges Television* producerar egenutvecklade programformat.<sup>15</sup>

Rankingmässigt placeras Sverige internationellt högt avseende utveckling, import och export. Professor Albert Moran menar att Sverige är ledande i Norden och är dessutom ett av tolv länder som leder utvecklingen av nya programformat. Tillsammans med Storbritannien, Nederländerna och USA är Sverige ett av fyra länder där lokalt framtagna programformat är viktigare än importerade, räknat i antal sändningstimmar. Sverige placerar sig också på en sjunde plats avseende produktionskostnaden för exporterade programformat mellan 2006-2008 och antalet utländska bearbetningar baserade på svenska format hade mer än fördubblats samma period jämfört med 2002-2004. Totalt uppgick värdet av formatproduktionen i de tre Skandinaviska länderna till 320 miljoner euro och

---

<sup>13</sup> Frapa Report 2011, s. 5

<sup>14</sup> Humphreys, 2011. a.a., s. 17ff

<sup>15</sup> Ibid. s. 27f

regionen anses vara internationellt betydelsefull då endast Storbritannien, USA och Nederländerna är större.<sup>16</sup>

### 2.2.1 Branschpraxis och intresseorganisationer

Trots att marknaden med programformat exploderat internationellt både avseende antalet producerande bolag och branschens omsättning, finns det inte någon reglering för konceptprodukten programformat. Inte i något lands lag eller i någon internationell konvention finns programformat omnämnt som juridiskt begrepp.<sup>17</sup> Detta har lett till att en branschpraxis växt fram bland välvilliga aktörer för att få en fungerande marknad.<sup>18</sup>

Inom handeln med programformat arrangeras ett antal årliga branschmässor för att marknadsföra och sälja programformat. Här träffas köpare och säljare vilket enligt professor *Moran* bidragit till en internationell marknad.<sup>19</sup> Enligt en intervju med *Sterky* på *SVT* berättar han att förr visades demos, en s.k. *pilot*, på mässorna vilket medförde att alla bolag som såg piloten visste vilket bolag idén tillhörde. Idag råds däremot bolagen att presentera piloter på grund av kopieringsrisken.<sup>20</sup> Istället har den lokala utvecklingen enligt *Westman* på *Kanal 5* lett till att idéer presenteras i tidningar för att visa att bolaget är först med att ha originalformatet samt att få ut programformatet så fort som möjligt i sändning. Med detta agerande visar bolagen vem som är först ut med ett originalformat och därmed avtar också de ekonomiska incitamenten hos konkurrenterna att göra liknande program. Det handlar om att "ta flaggan i genren".<sup>21</sup>

Branschen är förhållandevis liten och kan ses som en exklusiv sluten grupp där överträdelser enkelt uppdagas. Detta har medfört att det råder en brist på internationella och nationella tvister i domstol där intrång i programformat varit frågan. De flesta tvister verkar lösas internt och avgörandena blir inte offentliga.

---

<sup>16</sup> Humphreys, 2011, a.a., s. 31

<sup>17</sup> Ibid. s. 19

<sup>18</sup> Ibid. s. 21

<sup>19</sup> Ibid. s. 29

<sup>20</sup> Lindeson Tobias, *Det juridiska skyddsbehovet av programformat*, Handelshögskolan Göteborg, Intervju med Markus Sterky, Växthuset, SVT, 2005, s. 25

<sup>21</sup> Ibid. Intervju med Johan Westman, programchef Kanal 5, s. 31.

Detta stöds även av intervjun med Sterky som menade att "de flesta parter inte är intresserade av att det blir någon domstolspraxis på format".<sup>22</sup> Vidare gav Wallén på *MTV Mastiff* ett exempel på hur tvister kan lösas internt mellan bolagen: "Synd ni snodde vår idé. Men ni kan få betala några tusenlappar per program" och menade att detta var en bättre lösning än att dra tvisten till domstol där rättegångskostnaden troligen skulle bli större än vad skadeståndet skulle bli i vissa fall.<sup>23</sup>

För att främja och verka för ett juridiskt skydd av programformat har två intresseorganisationer växt fram. *Format Recognition and Protection Association, FRAPA*, är en internationell organisation grundad av aktiva formatägare och distributörer. Organisationens syfte är att säkerställa att programformat respekteras av branschen, att programformat skyddas immaterialrättsligt. Deras forskningsprojekt ska även bidra till ett starkare juridiskt skydd.

Nya uppgifter visar att *FRAPA* vid årsskiftet 2013/2014 hade över 180 registrerade bolag i 32 länder runt om i världen. De tillhandahåller även en registreringstjänst av programformat på idéstadiet, dvs. i pappersformat, utan att programformatet behöver vara producerat. *FRAPA* ger också medling i uppkomna tvister på marknaden där de har ett samarbete med WIPO.<sup>24</sup>

Även *International Format Lawyers Association, IFLA*, verkar på området och är en partnerorganisation åt *FRAPA*. *IFLA* grundades 2004 och har som syfte att skapa ett nätverk för jurister med specialkompetens inom immaterialrätt och medierätt.<sup>25</sup>

### **2.3 Sammanfattande kommentarer**

Handeln med programformat har de senaste 20 åren inneburit en explosion av antalet bolag som producerar och handlar med programformat. Som en del av denna utveckling hör även den mediekonvergens och digitalisering som pågått. Två läger kan tydas. Å ena sidan har branschen, på grund av en bristfällig och möjlig eftersläpande reglering, utvecklat en branschpraxis där parterna hellre ser

---

<sup>22</sup> Ibid. Intervju med Markus Sterky, Växthuset, SVT s. 36

<sup>23</sup> Ibid. Intervju med Mikael Wallén VD MTV/Mastiff. s. 45,

<sup>24</sup> FRAPA, uppgift från Claire den Dekker, FRAPA, 2013-12-09

<sup>25</sup> IFLA, [www.ifla.tv](http://www.ifla.tv), läst 2013-10-21

att handeln fortsätter som den varit. Aktörerna värnar om den gentlemen's agreement som växt fram samtidigt som intresseorganisationerna *FRAPA* och *IFLA* arbetar för att regleringen ska fungera och successivt närma sig internationell, EU-rättslig och nationell reglering genom deras nära kontakt med WIPO. Å andra sidan har flera av de stora aktörerna på marknaden förvärvat bolag, utökat sina marknadsområden och omsättning. Detta samtidigt som intresset för olika genrer av programformat är rörligt och leder till ständigt ökad konkurrens om publik och sponsorer, såväl internationellt som nationellt. Indikationer från intervjuer visar på att handeln med programformat kan vara i behov att en tydligare reglering.

## 3. Upphovsrättsligt skydd för programformat

### 3.1 Inledning

När ett programformat är beprövat i ett land och licensierat till ett annat väljer potentiella intrångsgörare att närma sig programformatet för att dra nytta av upparbetad framgång. Efterbildningarna är oftast systematiskt utvecklade där idéer stjäls, program kan upplevas snarlika ut och i slutändan kan det handla om ett intrång. Signifikativt för programformat är att de består av en sammansättning av flertalet idéer som inte kan skyddas av varken svensk, EU-rättslig eller internationell reglering och produkten är i ett utsatt läge. Denna problematik leder in på diskussionen om idébegreppet som är centralt i diskussionen kring konceptskydd.

När ett programformat inte får skydd som ett verk behöver man titta närmre på de beståndsdelar och strukturelement ett programformat består av. Detta görs för att möjligen få ett indirekt upphovsrättsligt skydd. Beståndsdelar utgörs av formatbibeln medan strukturelementen är de beståndsdelar som framför allt präglar det visuella. Här spelar mångfalden en stor roll och kan bidra till att programformatet kan åtnjuta upphovsrättsligt skydd. Ju mer detaljerade och utvecklade beståndsdelar och strukturelement, desto större möjligheter att åtnjuta ett indirekt skydd.

Ett programformat kan även bli ett s.k. fortsättningsverk som har till syfte att utnyttja de kryphål som finns i den obefintliga regleringen kring idé och koncept. Ett fortsättningsverk är en fortsättning på ett redan etablerat upphovsrättsligt verk men med en viss ny inriktning och perspektiv kan det bli upphovsrättsligt skyddat, utan att upphovsrättsmannen till originalverket gett sin tillåtelse. I ett programformat kan både idéer, beståndsdelar och strukturelement utnyttjas utan att det handlar om intrång.<sup>26</sup> Mer om detta under 3.4.2.

---

<sup>26</sup> Kirk Deichmann, Hanne, *Programformater - ophavret till tv-formater*, Forlaget Thomson A/S, 2002, s. 226

## 3.2 Internationella likheter och nationella olikheter

Trots att det inte finns en ett uttalat konceptskydd för programformat finns det ändå en övergripande internationell reglering bolag måste ta hänsyn till. De länder som anslutit sig till Bernkonventionen har till skyldighet att ge en potentiell upphovsman samma skydd i en ansluten stat som i den stat upphovsmannen är skriven i. Där man söker upphovsrätt gäller det landets lag.<sup>27</sup> Detta medför att bolag som vill producera programformat för den internationella marknaden, först måste börja i Bernkonventionen för att sedan undersöka det specifika landets lag man ämnar att sälja sitt programformat till.

Humphreys menar att skillnaderna mellan medlemsstaternas upphovsrättslagar bidragit till möjligheter för programformat att få skydd. Detta är något som kan utnyttjas i utvecklingen av programformaten samt i strategisk planering av licensiering.<sup>28</sup>

## 3.3 Programformat som skyddsföremål

Enligt Karnell är idébegreppet centralt för diskussion kring programformat. I artikeln *TV-spel och upphovsrätt - om skyddet i Sverige för ett slags "formats"*, inleder Karnell med att beskriva att det finns fundamentala nationella rättsliga förutsättningar som bidragit till svårigheten att ge ett upphovsrättsligt "idéskydd" och att idébegreppet inom upphovsrätten är ett väldigt oklart begrepp.<sup>29</sup> Deichmann utvecklar vidare hur idébegreppet bör förstås i denna diskussion. Enbart en idé är generell och dess abstrakta karaktär kan uttryckas på flera sätt, t.ex. kan en idé vara en intrig i en roman, motivet till ett fotografi eller tavla, ett tema för ett programformat eller film osv.<sup>30</sup> Deichmann gör en viktig jämförelse mellan begreppen idé och innehåll där hon hämtat inspiration från det engelska språket som kan kopplas till de juridiska begreppens innebörd i upphovsrätten. Enligt henne innebär begreppet idé det som speglar ett verks inre form, låt säga en grundtanke, medan innehållet är verkets yttre form och kan kallas för ett verks

---

<sup>27</sup> Bernkonventionen art 1, 2(6), 3, 5(1), 5(2), 5(3)

<sup>28</sup> Humphreys, *International Copyright and Intellectual Property Law*, Jönköping International Business School, s. 91

<sup>29</sup> Karnell, Gunnar (1997), *Tv-spel och upphovsrätt - om skyddet i Sverige för ett slags "formats"*, festskrift till Stig Strömholm del II, Iustus förlag AB, 1997, s. 492

<sup>30</sup> Kirk Deichmann, 2002, a.a., s. 88



koncept. Detta bör förstås genom att en idé är verkets enkla, abstrakta form medan innehållet, dvs. konceptet, är något mer konkret och utgör dess yttre form:<sup>31</sup>

En idé är det man önskar att uttrycka medan uttrycket är det sätt, bland flera alternativ, man har valt att uttrycka det på. Idén blir härmed svaret på frågan: Vad är det en upphovsman har valt att uttrycka? Medan uttrycket blir svaret på frågan: Hur har upphovsmannen uttryckt det?<sup>32</sup>

En och samma idé kan alltså ligga bakom ett stort antal verk och idén kan uttryckas på många olika sätt.<sup>33</sup>

Gällande programformat handlar det oftast om att den potentiella intrångsgöraren lägger sig väldigt nära originalverket. Till skillnad från 1 kap. 4 § 1 st. URL som behandlar frågan om att bearbetningar kräver upphovsmannens tillstånd, framgår det i 1 kap. 4 § 2 st. URL att inspiration är tillåtet om ett verk skapas i fri anslutning till ett originalverk. Exempelvis kan detta handla om att en tolkning av en film uttrycks i en dansföreställning och tolkningen får inte strida mot de upphovsrättsliga regler som finns gällande bl.a. kränkning. Denna typ av verk som inte kräver tillstånd blir en vidareutveckling av en och samma idé, i ny konst, utan att det handlar om intrång. Härunder faller även s.k. fortsättningsverk vars främsta syfte är att utnyttja tidigare verks oskyddade idéer, detta diskuteras i 3.4.2.

I den svenska upphovsrättslagen finns varken begreppen idé, koncept, originalitet eller verkshöjd omnämnda. Däremot framgår det av *Auktorrättskommitténs* betänkande att det som utgjorde verkets innersta kärna, motiv eller idé, inte skulle skyddas utan skulle förbli "allmän egendom".<sup>34</sup> I samma utredning lade Karnell ett förslag som idag kan antydvas vara en början till en reglering för programformat: "sådana mer genomarbetade program, som delvis äro författade just för utsändning men delvis bestå av litterära och musikaliska inslag, hämtade från olika håll". Typiskt för denna typ av verk låg i "elementet kring ett tema" där sammanställningen var det skyddsvärda i programmet. Detta blev rättsfiguren "samlingsverk" som idag återfinns i 1 kap. 5 § URL och skulle enligt Karnell kunna omfatta även programformat.<sup>35</sup>

---

<sup>31</sup> Ibid. s. 86

<sup>32</sup> Ibid. s. 89

<sup>33</sup> Ibid. s. 89, s. 92

<sup>34</sup> SOU 1956:25 s. 68ff

<sup>35</sup> Karnell, 1997, a.a., s. 513f

Att ideér inte skyddas framgår även i *World Trade Organization (WTO) TRIPS-avtal* där det i artikel 9 p. 2 framgår:

Copyright protection shall extend to expressions and not to ideas, procedures, methods of operation or mathematical concepts as such.<sup>36</sup>

Detta framgår även i WIPOS fördrag, *World Copyright Treaty (WCT)*, artikel 2.<sup>37</sup>

Båda artiklarna är fundamentala för den konstnärliga friheten. Detta kan exemplifieras med ett exempel av Levin som jag modifierat för programformat. T.ex. ett bolag som producerar programformat får inte efterbilda överlevnadsprogrammet *Survivor (Robinson)* utifrån vad som visas på en tv i sin konkreta form, dvs. uttryck. Däremot får bolaget på egen hand utveckla sitt eget programformat som handlar om överlevnad och sammanföringar av människor i naturen, men först genom att studera källorna till sitt eget verk och därigenom skapa sig ett eget verk med särprägel.<sup>38</sup> Idén till verket får alltså bolaget låna från *Survivor*. Detta kan ses som att stjäla idéen. Regleringen ger dock den friheten till långtgående inspiration.

Ett följdproblem som berör idébegreppet är vilken form ett verk måste ha för att kunna åtnjuta upphovsrättsligt skydd. Deichmann beskriver det ur danskt perspektiv:<sup>39</sup>

Det er alene den konkrete form, ophavsmanden har valgt at behandle och placeret sådanne abstrakte fænomener i, der - forudsat at formen er original - nyder beskyttelse mod kopiering m.m.<sup>40</sup>

Bernkonventionens artikel 2.2 beskriver detta följande:

It shall, however, be a matter for legislation in the countries of the Union to prescribe that works in general or any specified categories of works shall not be protected unless they have been fixed in some material form.<sup>41</sup>

Det är alltså upp till vart och ett medlemslands att välja om de vill införa kraven på fixering i materiell form. Detta försvåras av skillnader i olika länders rättssystem, t.ex. vid en jämförelse mellan Sverige och England kan ett verk i

---

<sup>36</sup> World Trade Organization, WTO, *TRIPS*, artikel 9 p.2

<sup>37</sup> WIPO, *World Copyright Treaty, WCT*, artikel 2

<sup>38</sup> Levin, Marianne, *Lärobok i immaterialrätt*, 10:e upplagan, Nordstedts Juridik AB, 2011, s. 177

<sup>39</sup> Kirk Deichmann, 2002, a.a., s. 69

<sup>40</sup> Kirk Deichmann, Hanne *Variationsværker*, Nordiskt Immateriellt Rättskydd, 2004, s. 111

<sup>41</sup> Bernkonventionen, artikel 2.2.

Sverige åtnjuta upphovsrättsligt skydd redan utifrån ritningar och skisser om dessa är tillräckligt självständiga, originella och särpräglade. Tvärtom i England är ett verk inte skyddat innan det fixerats, konkretiserats och skrivits ned i en exemplarform eller materialiseras i ytterligare steg, även kallat "skeleton structure".<sup>42</sup>

Då idébegreppet står centralt i upphovsrätten och programformat ses som en samling av idéer, behöver detta fördjupas ytterligare. I en diskussion kring hur man kan särskilja en abstrakt idé från ett verk, beskriver Karnell:

Den upphovsrättsliga användningen av "ide" (eller motiv) för något i ett tv-program innebär, att man med uttrycket avser komplex av framställningselement.<sup>43</sup>

Detta innebär en samling av framställningselementen, dvs. dess helhet som presenteras i ett programformat som sänds (i denna uppsats benämns framställningselement vidare som strukturelement). Karnell beskriver detta i en fördjupad, viktig, beskrivning som jag förenklar senare:

Den upphovsrättsliga användningen av "idé" (eller "motiv") för något i ett TV-program innebär, att man med uttrycket avser komplex av framställningselement. Om nu visserligen det gemensamma komplex som man kallar "idén", sådant det kommer till uttryck i programmet och den därmed jämförda företeelsen eller beskrivningen, icke motsvarar vad som föranleder upphovsrättslig verkskaraktär, men väl sådan finnes i båda, så omfattar ju idéutsagans framställningselement en abstraktion i förhållande till jämförelsedens upphovsrättsligt relevanta element. En sådan abstrakt idé, vilken kan uttryckas med en enkel redogörelse för ett trivialt händelseförlopp, saknar upphovsrättslig relevans. Om emellertid redogörelsen eller utförandet som framställer idén göres så fyllig att dess framställningselement motsvarar vad som kräves vid jämförelsen mellan programmet och den motställda företeelsen (manuskriptet, scenariot, den tidigare filmen etc.) för upphovsrättsligt beroende dem emellan, så upphäves skillnaden mellan idé och verk.<sup>44</sup>

Ur detta kan en abstrakt idé uttolkas vilken ska uteslutas i en upphovsrättslig diskussion. Om däremot uttrycket, dvs. verkets konkreta form som framställer idén, görs så "fyllig" att strukturelementen motsvarar vad som krävs vid en jämförelse mellan programformatet och beskrivningen för ett upphovsrättsligt beroende dem i mellan, upphävs skillnaden mellan idé och verk.

---

<sup>42</sup> Karnell, 1997, a.a., s. 502

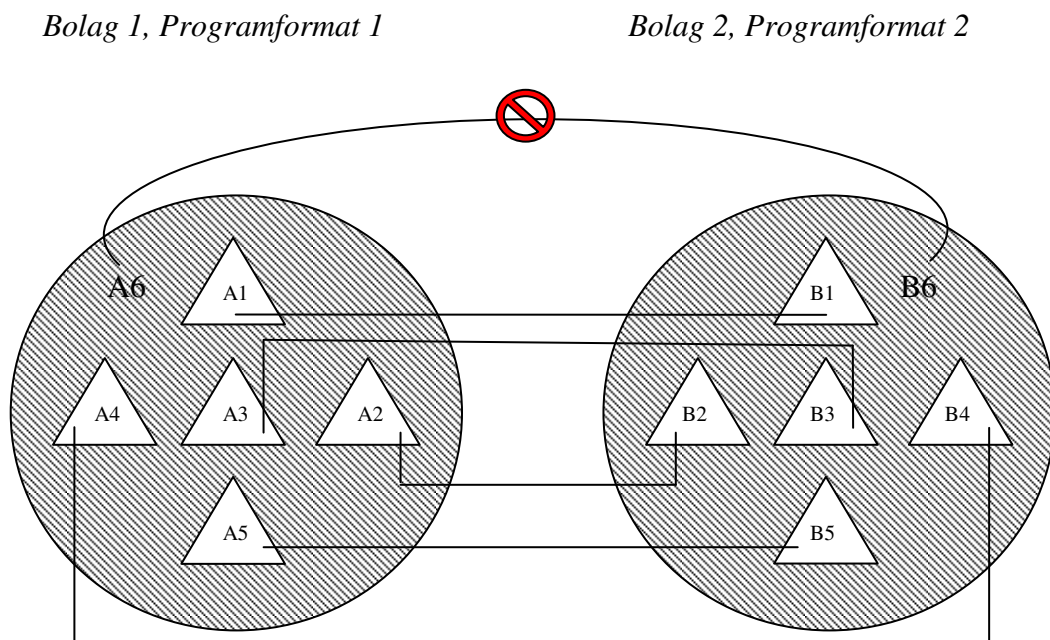
<sup>43</sup> Karnell, Gunnar, *Rätten till programinnehållet i TV*, Länstryckeriet Nyköping, 1970, s. 87

<sup>44</sup> Ibid. s. 87f

### 3.4 Programformatets beståndsdelar som skyddsföremål

Som ovan framgått skyddas inte ett programformats bakomliggande idéer, dvs. konceptet. Inför att beståndsdelar ska redogöras vill jag förtydliga hur ett koncept kan vara uppbyggt.

I *figur 1* nedan ses ett exempel där två bolag utvecklat två programformat som licensieras på marknaden. *Bolag 1* utvecklade sitt programformat först och har anmält *Bolag 2* för intrång. *Bolag 1* menar att *Programformat 2* är en efterbildning och väldigt lik deras.



(figur 1)

Om *Bolag 2* eftergör hela *Koncept 1*, dvs. om *Koncept 2* ser exakt likadant ut som allt i *Koncept 1*, då kopieras helheten och det är ett uppenbart intrång. *Bolag 2* kan istället välja att ersätta de beståndsdelar som går att skydda inom någon lag, dvs. B1-B5, med snarlika beståndsdelar. Resultatet blir att *Koncept 2* kan bli väldigt likt *Koncept 1* och det finns även flertalet likheter i områdena A6 och B6, dvs. i det område som inte går att skydda. Det är här ett koncepts idé eller idéer är placerat och är den gråzon som är inte går att skydda, t.ex. ett programformats tema. På så vis kan *Bolag 2* komma *Programformat 1* väldigt nära eftersom de beståndsdelar som går att skydda skiljer sig från varandra, dvs. A1-A5 och B1-B5,

men att område A6 och B6 kan överrensstämma i stor utsträckning. *Bolag 2* undviker därmed att göra intrång.

Programformatens upphovsrättsliga beståndsdelar placerades i exemplet ovan in i A1 och B1 och det gjordes en jämförelse i den fiktiva tvisten. För att *Bolag 1* ska hålla potentiella intrångsgörare borta måste därför varje beståndsdel vara så pass unik att programformatet indirekt kan skyddas.

### 3.4.1 Programformatets utvecklingssteg

Själva handeln med programformat kan konkretiseras till tre utvecklingssteg där en köpare kan välja att köpa programformat som utvecklats olika långt. Innan ett programformat når marknaden beskrivs det först i ett s.k. *pappersformat* och är en beskrivning av programmet så att läsaren kan skapa sig en förståelse för hur ett programformat upplevs om det produceras. I vissa fall av köp är pappersformat endast det som utgör underlag för köparen. Nästa utvecklingssteg är det sk. *programformatet* som är en mer innehållsrik produkt. Det innebär att programmet är producerat och innehåller den kunskap som det producerande bolaget förvärvat genom utvecklings- och produktionsprocessen. Till skillnad från pappersformatet får köparen mer information såsom beskrivning av handlingen, karaktärer, presentatörens roll, om publiken ska interagera, ljud- och bildsättning, grafik och redigering etc. Det tredje utvecklingssteget är det s.k. *formatpaketet* som består av både pappersformat och programformat tillsammans. Utöver detta tillkommer en gedigen kunskap, "know-how", som instruerar hur programmet ska produceras. Detta presenteras i den s.k. *formatbibeln* som innehåller ytterligare information t.ex. om tittarsiffror, målgrupper, eventuella spelregler, musik, programledarens karaktär, manus, vilken teknisk kunskap som krävs etc. I de framgångsrika produktionerna är *formatbibeln* ett påkostat verk och innehåller samtliga nycklar som behövs för att producera ett framgångsrikt programformat. Ju mer detaljerad den är, desto högre värde har programformatet.<sup>45</sup>

Handeln med programformat präglas av licensiering och på så vis kan ett redan producerat, välkänt och beprövat material anpassas till köpare i olika länder för återanvändning. Licensieringen innebär en sorts försäkring för köparna då ett beprövat och välkänt programformat är betydligt mer kontrollerat avseende de

---

<sup>45</sup> Humphreys, 2011, a.a. s. 24f

ekonomiska och kulturella aspekterna i jämförelse med ett egenutvecklat nationellt programformat. Köparna kan på så vis köpa sig fria från andras misstag. Oftast väljer dock köparen att göra en egen version av programformatet då en lokal nationell produktion av originalformatet lockar en större publik än om man skulle sända originalformatet, dvs. det har varit bättre att producera en svensk version av *Idol* än att sända *American Idol* i Sverige.<sup>46</sup>

#### 3.4.1.1 Formatbibel

Formatbibeln är den skrift som innehåller en beskrivning av ett programformat. I Sverige kan verket, om det uppfyller verkskraven, skyddas enligt 1 kap. 1 § 1p enligt "skönlitterärt eller beskrivande framställning i skrift eller tal". Ett verk i Sverige behöver alltså inte vara uttryckt i en viss form för att kunna åtnjuta skydd, detta till skillnad från t.ex. England som har betydligt mer långtgående krav om att verket ska vara materialiserad, t.ex. inspelad på video eller författad i någon mer avancerad form.

Det mesta i formatbibeln är beskrivning av hur ett programformat ska produceras tekniskt men den kan även innehålla beskrivningar av de enskilda strukturelementen.<sup>47</sup> Det som däremot inte skyddas i en sådan är fakta eller sakuppgifter om t.ex. allmän statistik eller liknande om sådant förekommer.<sup>48</sup>

#### 3.4.1.2 Strukturelement

Strukturelementen är de audiovisuella alster och alster av annat slag som ger publiken helhetsintrycket av ett programformat. Dessa speglar den sammansättning av idéer som konceptet får i sin konkreta form. Nedan presenteras en exemplifierad lista över olika strukturelement som kan finnas i ett programformat och hur de kan skyddas upphovsrättsligt.

- ☑ Spelmodell. Populära programformat som t.ex. *Who Wants To Be a Millionaire* har en väl utvecklat spelmodell vilken enligt Deichmann inte är skyddad utifrån en abstrakt idé. Däremot kan strukturen eller formen i sin

---

<sup>46</sup> Ibid. s. 27

<sup>47</sup> Kirk Deichmann, 2002, a.a. s. 229

<sup>48</sup> Bernitz Ulf, mfl., *Immaterialrätt och otillbörlig konkurrens trettonde upplagan*, Handelsbolaget Immaterialt Rättsskydd i Stockholm, 2013, s. 60

konkreta form skyddas.<sup>49</sup> Detta kan förstås utifrån ett norskt rättsfall där sällskapsspelet *Monopol* endast kunde åtnjuta upphovsrättsligt skydd för den fysiska spelplanen, övrigt spelmaterial och regelboken därtill.<sup>50</sup>

- ☑ Musik och ljud. Enligt 1 kap 1 § 3p kan musiken i ett programformat åtnjuta upphovsrättsligt skydd om verket innehar originalitet och verkshöjd. Musiken i ett programformat är ofta signifikativt och kan utgöras av intron, jinglar, längre teman, ljudeffekter och följer ofta med programformatet när det säljs. En förutsättning för att musiken ska kunna åtnjuta skydd är att den måste kunna återges grafiskt, i noter. Ett rättsfall som fastställts i HD är "Drängarna" där en musikgrupp fälldes i en jämförelse av två låtars noter. Endast en ton skiljde vid jämförelsen.<sup>51</sup>
- ☑ Titel. Ett programformat kan utifrån 50 § URL få ett titelskydd. Detta innebär att ett litterärt eller konstnärligt verk får inte göras tillgängligt för allmänheten med en titel som gör att verket kan förväxlas med ett tidigare offentliggjort verk, ett s.k. individualiseringsmedel. Titelskyddet innebär även en konkurrensrättslig funktion för att ett skyddat verk ska få särskiljningsförmåga.<sup>52</sup>
- ☑ Datorprogram. Ett bolag bakom ett programformat kan ha utvecklat ett datorprogram för spelmodellen ska kunna presenteras eller styrning av kameror, båda omfattas av 1 kap 1 § 2 p URL. Kravet är att det ska vara lästbart i någon form, t.ex. källkod eller på papper och även i skissform och uppfylla verkskraven. Precis som all annan upphovsrätt omfattas inte idéer vilket inom datorprogram kallas *algoritmen*, vilket Levin beskriver som "de sammanhängande, men stegvisa, anvisningarna för att lösa ett problem".<sup>53</sup> Regleringen styrs av direktiv 2009/24/EG om rättsligt skydd för datorprogram.<sup>54</sup>
- ☑ Scenografi, rekvisita och scenkläder. Ett programformat kan ha en väl påkostad scenografi där färger och utseende är unika. Då kan dessa falla

---

<sup>49</sup> Kirk Deichmann, 2002, a.a., s. 166

<sup>50</sup> NIR 1989, s 282-283 "Monopol".

<sup>51</sup> NJA 2002 s 178 "Drängarna".

<sup>52</sup> Levin, 2011, a.a., s. 88

<sup>53</sup> Levin, 2011, a.a., s. 92f

<sup>54</sup> Direktiv 2009/24/EG om rättsligt skydd för datorprogram

inom 1 kap 1 § 5 p som bildkonst om de uppfyller verkskravet.<sup>55</sup> Om programformatets studio t.ex. är utrustad med unikt specialdesignade möbler, kan dessa vara upphovsrättsligt skyddade. Likaså om programledaren eller skådespelarna har specialdesignade kläder.

- ☑ Manus. Manus till ett programformat kan omfattas av 1 kap 1 § 1 p URL om det uppfyller verkskraven. För programformat bedöms skillnad i om det är en realitygenre med "vanliga människor" då manus oftast endast författas för programledare, jämfört med om det är ett programformat baserat på ett välskrivet manus där skådespelare agerar. Jämför t.ex. *Bonde söker fru* med *The Office (Kontoret)*
- ☑ Grafik och bildsättning Ett programformat har oftast flertalet grafiska visuella element. Dessa kan vara t.ex. vinjett, framställning av tävlingsresultat etcetera. Dessa omfattas av 1 kap 1 § 5 p om de uppfyller verkskravet. Bildsättningen omfattas också om ett programformat valt att filma sin produktion på ett speciellt sätt eller med en viss typ av filter.

### 3.4.2 Fortsättningsverk

Som nämnts ovan är ett fortsättningsverk ett nytt verk som tagit inspiration från ett redan existerande verk, utan att det krävs upphovsrättsmannens tillåtelse. Programformat rör sig ofta i vad som anses tillåtet fortsättningsverk eller inte, utan samtycke från ursprunglig upphovsrättsman.<sup>56</sup> Diechmann beskriver detta utförligare och menar att i ett fortsättningsverk måste nya historier, intriger och dramatik skapas och de bakomliggande idéerna som anger omgivning, tidsepok och karaktärernas inbördes förhållande till varandra kan i en ny framställning vara tillåtna.<sup>57</sup> De programformat som omfattas är de som är baserade på väl utvecklade och påkostade manus. Här bör man göra en skillnad mellan ett programformat som t.ex. *Kontoret* som baseras på skådespelare som har tydliga manus att förhålla sig till medan ett programformat som t.ex. *Bonde söker fru* är baserat på människor i deras vardag, utan strikt manus. Dessa typer av programformat tangerar filmverk, skönlitterära verk m.fl.

---

<sup>55</sup> NJA 1981 s 313 "Två herrars tjänare"

<sup>56</sup> Levin, 2011, a.a., s. 179

<sup>57</sup> Kirk Deichmann, 2004, a.a. s. 101



Fortsättningsverken kan delas in i två former, där en s.k. *spinoff* utgörs av att verket är baserat på en eller få skådespelare från det tidigare verket som i fortsättningsverket går från biroller till huvudroller i en ny tidsepok. Den andra formen är ett s.k. *omskrivningsverk* från ett nytt perspektiv där också tidigare skådespelares rollframställning växlas. Det omskrivna manuset måste då behandla nya aspekter som inte behandlats tidigare.<sup>58</sup> Fortsättningsverk är en utmaning för upphovsrätten då jämförelsen av originalverk och fortsättningsverk är beroende av hur brett skyddet ska vara, dvs. hur mycket information i originalverket som ska tillåtas i fortsättningsverket.<sup>59</sup>

Deichmann menar att ett fortsättningsverk är baserat på det tidigare verkets abstrakta delar och det som återkommer är ett flertal oskyddade strukturelement (se figur 1, område A6 och B6). I ett verk som utgör en omskrivning skådas oftast flest igenkännande strukturelement i jämförelse med originalet. Tvärtom finner man färre av strukturelementen i en fortsättning av originalet som ofta utgörs av en helt ny historia baserad på originalverkets välkända historia och goodwill, dvs. den goda relation publiken har till originalverket.<sup>60</sup> Det centrala problemet med fortsättningsverk är att skaparen av det nya verket utnyttjat originalverkets strukturerade sammanställning av en rad oskyddade strukturelement i det skyddade verkets koncept.<sup>61</sup>

Enligt 1 kap. 4 § URL får den som bearbetat originalverket upphovsrätt till detta nya verk om det inte strider mot upphovsrätten till originalverket. Till detta kopplas återigen idébegreppet som är centralt i värderingen av om ett fortsättningsverk är legalt eller inte. Balansen ligger mellan å ena sidan att skydda originalverket från intrång och å andra sidan att främja det andliga skapandet som är en viktig aspekt av upphovsrättslagen för att inte konkurrensbegränsa marknaden.

Upphovsmannen till originalverket kan även via ett fortsättningsverk få sin ideella rätt kränkt. Detta framgår av 1 kap. 3 § URL som beskriver att verk inte får ändras så att "upphovsmannens litterära eller konstnärliga anseende eller egenart kränkes;

---

<sup>58</sup> Ibid. s. 101

<sup>59</sup> Ibid. s. 115

<sup>60</sup> Ibid. s. 104

<sup>61</sup> Ibid. s. 106

ej heller må verket göras tillgängligt för allmänheten i sådan form eller i sådant sammanhang som är på angivet sätt kränkande för upphovsmannen".<sup>62</sup> Dessa två motpoler balanserar upp den annars så fria möjligheten till att framställa ett fortsättningsverk enligt svensk lag.

Även titelskyddet förekommer i denna diskussion och får inte utnyttjas av den som skapar ett fortsättningsverk. Av 60 kap. 50 § URL framgår att fortsättningsverket inte får göras tillgängligt för allmänheten under en titel, pseudonym eller signatur så att fortsättningsverket eller upphovsmannen till detta senare verk kan förväxlas med förut offentliggjort verk eller dess upphovsman. Flertalet av nedan presenterade rättsfall faller inom denna regel, vilket gäller för såväl dansk som svenskt vidkommande, och skulle därmed inte godkännas. Utöver titel hör även namn på t.ex. skådespelare, miljöer etcetera inom denna paragraf.<sup>63</sup>

### **3.5 Rättspraxis**

Karnell menar att i länder där skydd ges vilar skyddet på rättspraxis under bedömning från fall till fall, där precisa bestämmningar mer eller mindre är tillämpliga. Detta medför att det inte går att hämta vägledning från ett fall till ett annat vid en jämförelse av sakförhållandena i en uppkommen tvist med en tidigare avgjord. Att söka efter principfastställande uttalande är att föredra till att börja med. Karnell menar vidare att det finns stora problem med upphovsrätten på mitt problemområde där både praxis och doktrin är präglade av försvårande faktorer som bidrar till att upphovsrättsliga analyser av programformat blir svårgripbara. Problematiken kan också botten i ett föråldrat synsätt och tillämpning av upphovsrätten där skyddsobjekten ska vara knutna direkt till kategorier för att passa in som ett verk.<sup>64</sup>

#### **3.5.1 Rättsfallsreferat: Sverige, Mål nr T 1164-06, "Top-Dog"<sup>65</sup>**

Tidigare dokusåpadeltagaren Zandnia (kärande) presenterade september 2005 en synopsis för produktionsbolaget MTV Mastiff (svarande) angående ett

---

<sup>62</sup> Kirk Deichmann, 2004, a.a., s. 106

<sup>63</sup> Ibid. 106f

<sup>64</sup> Karnell, 1997, a.a., s. 493

<sup>65</sup> T 1164-06, "Top-Dog"

hundprogram. Kärande angav att hundprogrammet hade arbetats fram under ett år och handlade om att 20 hundägare tillsammans med sina hundar skulle bo på en gård och delta i utslagstävlingar. Kärande nådde inget avtalsslut med MTV Mastiff utan istället slöt Zandnia ett rättighetsavtal med Strix Television avseende formatet (programformatet) *Hunden*.

Enligt mediauppgifter i december 2005 framkom att MTV Mastiff börjat producera ett hundprogram kallat *Top Dog*. Programmet skulle vara en skönhetstävling för hundar och bygga på samspel mellan ägare och hund. Hundarna skulle tränas av ett företag som tränade filmstjärnors hundar. I januari 2006 började reklam att sändas för *Top Dog*.

Zandnia väckte talan i tingsrätten mot MTV Mastiff för upphovsrättsintrång eller utnyttjande eller röjande av företagshemlighet. Zandnia gjorde gällande i målet att programformatet, som bestod av en synopsis jämte vissa för Strix skrivna justeringar, skulle utgöra ett verk i upphovsrättslagens mening eller en företagshemlighet. Hon menade att MTV:s programserie *Top Dog* i stora delar bygger på hennes synopsis och att likheterna var så många att MTV Mastiff inte hade kunnat producera programmen utan kännedom om programformatet.

Rättsfrågan i målet handlade om programformat (programformat) kunde få upphovsrättsligt skydd, om Zandnias verk hade tillräcklig konkret form och om det var en företagshemlighet.

Tingsrätten gjorde först en bedömning, med stöd i Karnells festskrift till Strömholm, att det förelåg olika uppfattningar avseende programformat. Vidare ansåg tingsrätten programformatet inte hade en konkret form utan snarare skulle anses vara en idé till ett verk. Tingsrätten menade också att om formatet skulle anses vara ett verk så upptog Zandnias programformat element (strukturelement) som var väl kända från andra program av motsvarande typ och därför var det inte frågan om ett personligt skapande. På dessa grunder saknades sannolika skäl för att ett utnyttjande av programformatet skulle vara ett upphovsrättsintrång.

Avseende företagshemlighet så hålles dessa utanför denna uppsats. Dock fick inte Zandnia gehör för detta.

## Rättsfallsanalys av "*Top Dog*"

Humphreys kommenterade fallet och menar att tingsrätten aldrig gick in på strukturelementen av den anledning de var sammansatta, dvs. tillsammans i ett koncept. Dock menar han att det framgår att det är samlingen av element som ligger till grund vid en bedömning huruvida programformatet ska få upphovsrättsligt skydd. Fallet är det enda i Sverige som berör programformat och dess sammansättning av element och innan det tagits upp av högsta domstolen är det svårt att bedöma rättsläget utifrån detta mål, dock uteslöts inte möjligheten av tingsrätten.<sup>66</sup>

Tidigare i kapitlet redogjordes idébegreppet, konkret form och beståndsdelar vilka samtliga berörs i *Top Dog*-fallet. Tingsrätten menade att Zandnias tv-format, som endast bestod av beskrivning i en synopsis med kommentarer av Strix Television, inte hade sådan konkret form att det skulle vara ett upphovsrättsligt verk. Utifrån tidigare diskussion kan detta delas upp i två delar och beröra både idébegreppet och konkret form samt formatbibeln som beståndsdel. Zandnias insats ansågs inte vara konkret form utan bara en idé till ett verk. Detta visar indirekt att denna typ av alster kräver en konkret form och att bara idén till ett blivande alster, inte är möjlig att skydda. Det hänger ihop med Karnells fördjupade exempel som visade att både beskrivningen av verket och den konkreta formen måste överrensstämma för att den abstrakta idén ska uteslutas. I detta fall fanns inget konkret verk och därmed blev den abstrakta idén tydlig och kunde uteslutas. Zandnias synopsis var i detta fall ingen väl utvecklad formatbibel och fick därför aldrig någon framskjuten roll. Eftersom det inte ställs krav på materiell form i Sverige kunde synopsis ha blivit upphovsrättsligt skyddat om det innehållit en unik beskrivning av hennes programformat. Men åter igen krävs det både en beskrivning och att alstret konkretiserats och dessa båda ska överrensstämma för att en abstrakt idé ska uteslutas. Så var inte fallet i *Top Dog*-fallet.

Däremot utesluter inte tingsrätten programformat från upphovsrättslagen. Med "Härtill kommer att formatet, om det skulle anses vara ett verk, får sägas uppta sådana element som är väl kända från andra program av denna typ vilket gör att Nina Zandnias insats inte kan ses som ett personligt skapande". Härav kan jag

---

<sup>66</sup> Humphreys, 2011, a.a., s. 64f

instämna med Humphreys att detta håller dörrarna öppna för möjligt skydd i framtiden.

### **3.5.2 Rättsfallsreferat: Danmark, U.1999.1762Ø, "Who Wants To Be A Millionaire"<sup>67</sup>**

Det engelska bolaget Celador Productions Limited (kärande) hade under tre års tid utvecklat programformatet *Who Wants To Be A Millionaire*. Idén till programmet fick de 1995 och i slutet av 1997 var det färdigutvecklat till den form som programmet har idag. Utvecklingskostnaden handlade om cirka 100 000 pund. Sändningarna startade i september 1998 i England, Australien, Holland och Spanien och en rad andra länder hade licensierat programformatet. Kärande ansåg att deras programformat bestod av flertalet väl utvecklade beståndsdelar såsom en gedigen formatbibel, telefon-casting, spelmodell med fyra svarsalternativ, livlinor m.m. *Who Wants To Be a Millionaire* blev tilldelat ett internationellt pris "The Golden Rose" och hade även mottagit sju nationella engelska priser.

Danmarks Radio (svarande) hade tidigare sänt ett program med titeln *Kvit eller Dobbelt*. Vid månadsskiftet oktober/november 1998 togs ett beslut att återlansera detta programformat som tidigare varit baserat på *64-dollars frågan*. *Kvit eller Dobbelt* förnyades och sändes igen den 7 maj 1999. Celador Productions Limited anmälde Danmarks Radio för att deras program *Kvit eller Dobbelt* var väldigt likt *Who Wants To Be A Millionaire* och i den nya versionen kvarstod bara ett strukturelement, nämligen att vinsten fördubblades. Därför ansåg Celador Productions Limited att Danmarks Radios *Kvit eller Dobbelt* var ett upphovsrättsligt intrång eller att det stred mot marknadsföringslagen. Danmarks Radio bestred detta med den grundläggande principen i upphovsrättslagen att skydd enbart ges för ett verks konkreta form och inte dess idéer och motiv, vilket finns bakom ett programformat. Att ett programformat säljs är inte ett bevis för att det har upphovsrättsligt skydd utan det köparen betalar för, besparar bara utvecklingskostnader. Danmarks Radio menar även att Celador Productions Limiteds koncept inte har originalitet. Gällande strukturelementen som ansågs vara lika var dessa vanligt förekommande element som finns i liknande program och flera fanns redan i den första versionen av *Kvit eller Dobbelt*. Danmarks

---

<sup>67</sup> U.1999.1762Ø, "Who Wants To Be A Millionaire"

Radio menade även att det kan föreligga upphovsrättsligt skydd för *Who Wants To Be A Millionaire*, om det endast handlar om en kränkande handling av Danmarks Radio, men menade att detta rättsfall inte handlade om det. De anförde vidare att *Who Wants To Be A Millionaire* inte var ett upphovsrättsligt verk och att *Kvit eller Dobbelt* inte innehöll kränkande strukturelement.

Rättsfrågan handlade om *Who Wants To Be A Millionaire* hade upphovsrättsligt skydd, om *Kvit eller Dobbelt* gjorde intrång i detta samt om *Who Wants To Be A Millionaire* ansågs vara skyddat av marknadsföringslagen (frågan om marknadsrättsligt skydd behandlas i 4.3.1)

Gladsaxe Fogderet höll med svarande om att upphovsrättslagen inte ger skydd för ett verks idé, motiv och allmänna principer. De menade även att programformat är en samling idéer och isolerat uppbär de inget upphovsrättsligt skydd. De instämde även gällande påståendet om att programformat säljs inte är ett bevis på att programformatet har upphovsrättsligt skydd. Gladsaxe Fogderett menade vidare att ett programformat kan vara upphovsrättsligt skyddat i dess konkreta form vilken kunde kränkas. Detta krävde en likhetsjämförelse som skulle visa om de båda programmen hade likheter i väsentliga och på avgörande punkter och om de båda programmen ansågs utgöra samma verk. Rätten ansåg att det förelåg väsentliga skillnader i namn, musik och underhållningsmoment och därför ansågs inte programmen utgöra samma verk. Därför inget upphovsrättsligt intrång.

Danmarks Radio överklagade till Østre Landsret som endast tog upp frågan om marknadsrätten (se 4.3.1)

### **Rättsfallsanalys av "*Who Wants to Be A Millionaire*"**

I *Who Wants To Be A Millionaire* -fallet tolkar Deichmann en trend i domen som hon menar finns både i danska och utländska fall. Domstolen slog fast att ett verks innehåll, motiv eller allmänna principer inte får skydd i den danska upphovsrättslagen. Domstolen fortsatte beskriva att ett programformat är en samling idéer och principer som isolerat inte ska få skydd under samma lag. Ur detta menar Deichmann att man kan tolka en trend att om inte en idé är skyddad, så är inte två eller flera idéer i ett sammanhang heller föremål för att få skydd. Hon drar slutsatsen att det finns en tendens till övervärdering av idéelementet

(idén) och en undervärdering av strukturelementen i sin sammansättning som snarare borde få större plats.<sup>68</sup>

Man bör ta hänsyn till att rättsfallet är från 1999 och tvisten uppkom under det första årtionde som de stora programformaten höll på att utvecklas. Trots att Celador Productions Limited hade utvecklat sitt programformat under cirka tre år och hade lagt ner ett stort belopp på utvecklingskostnader, bedömdes detta inte vara skäl nog för upphovsrättsligt skydd. Den formatbibel de hade var unik för den tiden men den tillskrevs inte något större värde. Gladsaxe Fogderet menade däremot att programformat i konkret och materialiserad form kan vara upphovsrättsligt skyddad vilket först kan bedömas efter en likhetsjämförelse. Här framgår det tydligt att rätten enbart tittade på strukturelementen isolerat, inte som ett helhetskoncept, och därmed fick inte *Who Wants To Be A Millionaire* upphovsrättsligt skydd.

### **3.6 Analys och slutsatser**

Som framgått står idébegreppet centralt i diskussionen kring koncept och upphovsrätten. Programformaten ses som en sammansättning av idéer vilket lett till att produkten är svår att placera in som ett upphovsrättsligt skyddat verk enligt det traditionella synsättet. Programformat som konceptprodukt är en produkt som är svår att hantera.

Karnells fördjupande teori kring idébegreppet ligger till grund för förståelsen mellan en idé och ett konkret verk, men samtidigt menar han att idébegreppet inte är adekvat för den diskussion som gäller för "upphovsrättslig skyddsfortjänhet". Enligt honom har programformat fördunklats av ordet "idé" som lett till att programformat inte fått det verklighetsbaserade upphovsrättsliga skydd programformat borde ha fått, detta på grund av att få begrepp är så oklara som just idébegreppet.<sup>69</sup> Enligt Karnell är det fel att programformat ses som ett verk bestående av en samling idéer som gör att dessa faller utanför det upphovsrättsliga skyddet.<sup>70</sup> Karnell menar att ett kategoribestämt förnekande av upphovsrättsligt skydd av programformat är ett allvarligt brott mot en rättsutveckling till skydd för

---

<sup>68</sup> Kirk Deichmann, 2002, a.a., s. 227

<sup>69</sup> Karnell, 1997, a.a., s. 492.

<sup>70</sup> Gunnar, Karnell, *Copyright to sequels, Copyright to Sequels - With Special Regards to Television Show Formats*, International Review of Intellectual Property and Competition Law, IIC vol 31. No. 7-8/2000, s. 891

betydande ekonomiska intressen och till nackdel för utvecklingen av de tv-relaterade produkter som det här är frågan om.<sup>71</sup> Dock menar Levin att grundsatsen om att upphovsrätten inte skulle innefatta något idéskydd inte får misstolkas. Idén eller motivet spelar stor roll vid en identitetsjämförelse av två verk. Om verkens konkreta form skiljer sig åt kan det inte finnas underlag för att påvisa att de skulle bygga på samma idé eller motiv.<sup>72</sup>

FRAPA som intresseorganisation ger bolag en registreringsmöjlighet av idéer vilket kan ses som ett svar på den problematik som ofta uppstår inom upphovsrätten. En registrering hos FRAPA handlar dock endast om ett bevis och har ingen rättsverkan eftersom det inte finns ett konceptskydd.

All diskussion fram hit har haft ett fokus på att finna skyddsmöjligheter inom upphovsrätten för programformat. Tvärtom vänds allt upp och ner med fortsättningsverk då det kan vara fullt legalt att stjäla idéer och ett verks koncept, vidareutveckla strukturelement och även dra nytta av den goodwill som är upparbetad, så länge fortsättningsverket får ett nytt perspektiv och viss ny handling.

Deichmann menar att fortsättningsverk konkret handlar om "slaviske kopieringer ensidiga närgående efterligninger". Det handlar inte om filmatisering av ett verk som normalt faller under upphovsrättslagen, utan med skydd av fortsättningsverk kommer man snarare längre ifrån den upphovsrättsliga lagens syfte och detta är motsägelsefullt. Som skapare av ett fortsättningsverk går det att återge flertalet av de oskyddade strukturelementen från originalverket igen. Strukturelementen faller i fortsättningsverkens kontext inte inom något upphovsrättsligt skydd utan tillhör "public domain" och är inte en originell skapelse av upphovsrättsmannen. Detta öppnar upp för möjligheter men även brister i den nordiska, engelska, tyska och amerikanska upphovsrättsliga regleringen.<sup>73</sup>

---

<sup>71</sup> Karnell, 1997, a.a., s. 516

<sup>72</sup> Levin, 2011, a.a., s. 178

<sup>73</sup> Kirk Deichmann, 2004, a.a., 116ff



## 4. Marknadsrättsligt skydd för programformat

### 4.1 Inledning

Detta marknadsrättsliga problemområdet handlar om renommésnyltning som behandlas i marknadsföringslagen. När ett programformat är färdigt och sänds drar konkurrenter ofta nytta av den goodwill som byggts upp i programmet på olika sätt för att få en starkare ekonomisk vinning vid försäljning av sin egen produkt. I brist på upphovsrättsligt konceptskydd ses en tendens att marknadsföringslagen aktualiseras i allt fler tvister där praxis dominerar på området.

### 4.2 Renommésnyltning

Renommésnyltning innebär att en näringsidkare utan tillstånd anknyter sin marknadsföring till en annan näringsidkares produkter, varumärke, symboler, verksamheten i sin helhet eller specifika koncept. Detta innebär att den snyltande drar en ekonomisk fördel av och utnyttjar ett annat bolags uppbyggda positiva kommersiella värde som konsumenterna redan har, s.k. *uppmärksamhetsvärde*. För att ett utnyttjande ska kunna ske ska det som utnyttjas vara väl känt på marknaden. Effekterna av renommésnyltning leder till skada för det bolag som utsätts men också för konsumenterna när deras marknadsöverblick kan påverkas.<sup>74</sup>

I svensk lag är det generalklausulen 5 § MFL som berör god marknadsföringssed och renommésnyltning. För att en marknadsföringsinsats ska anses vara otillbörlig enligt 5 § MFL måste insatsen påverka eller sannolikt påverka mottagaren att fatta "välgrundade affärsbeslut", vilket framgår av prop. 2007/08:115 och 6 § MFL.<sup>75</sup> Inom EU regleras detta i direktiv 2005/29/EG.

---

<sup>74</sup> Bernitz Ulf m.fl. 2013, s. 365f

<sup>75</sup> Ibid. s. 366f

## 4.3 Rättspraxis

### 4.3.1 Rättsfallsreferat: Återkoppling: "*Who Wants to Be a Millionaire*"

Gladsaxe Fogderet gav inte *Who Wants To Be A Millionaire* upphovsrättsligt skydd. Kärande hade även anmält Danmarks Radio för att deras sändning av *Kvit eller Dobbelt* stred mot marknadsföringslagen. På denna punkt ansåg rätten att vid *Kvit eller Dobbelt* uppfattades som den danska versionen av *Who Wants To Be A Millionaire* och det fanns flera likheter i tävlingsmomenten. De menade även att återlanseringen av *Kvit eller Dobbelt* var gjord med kännedom om *Who Wants To Be A Millionaire* som var internationellt känt och hade fått stor uppmärksamhet innan *Kvit eller Dobbelt* utvecklade sitt program. Utifrån en helhetsvärdering ansågs Danmarks Radio med programmet *Kvit eller Dobbelt* ha agerat i strid mot den danska marknadsföringslagen § 1 och fick därmed läggas ned.

Danmarks Radio (nu kärande) överklagade domen i Østre Landsret och ville att förbudet skulle upphävas. De ville återigen fortsätta att producera och sända det program som visades på DR1 den 7 och 14 maj 1999. Celador Productions Limited (nu svarande) bestred detta och menade att Gladsaxe Fogderets dom skulle stå kvar. Danmarks Radio anförde att marknadsföringslagen enbart var territoriellt begränsad till Danmark och skulle inte aktualiseras i detta fall. Än om marknadsföringslagen skulle aktualiseras skulle den inte gälla för Celador Productions Limiteds och programformatet *Who Wants To Be A Millionaire* då de inte hade en inarbetad marknadsposition. I övrigt tillkom inget nytt i denna instans.

Østre Landsret fastställde Gladsaxe Fogderets dom och menade att vid en helhetsvärdering var det sådana likheter att den danska marknadsföringslagen § 1 var överträdd.

### 4.3.2 Rättsfallsreferat: Sverige. MD 2002:17 "*Gladiatorerna*"<sup>76</sup>

TV4 AB (kärande) sände programformatet *Gladiatorerna* som var en av kanalens största framgångar någonsin. I snitt såg 1,6 miljoner programmet per avsnitt med toppar på nära 2 miljoner. Framgången var ekonomiskt sett väldigt viktigt för TV4 AB och innebar stora intäkter i både annonsörer och sponsorer. TV4 AB

---

<sup>76</sup> MD 2002:17 "*Gladiatorerna*"

uppbar även licensintäkter från företag som tillverkade kläder, läskedrycker m.m som hade anknytning till programmet. TV4 AB hade även satsat stora resurser på att ge karaktärerna i *Gladiatorerna* en seriös och strikt image där de bl.a. aldrig fick förekomma i alkohol eller dopingsammanhang.

TCM Scandinavia AB (kärande) var ett företag som sysslade med förmedlingsverksamhet bl.a. promotion och management av artister. Inför att *Gladiatorerna* år 2000 skulle säljas in på en promotionturné i Sverige upptäcktes det att TCM gått ut med en "Gladiatorerna-turné" till olika köpcentrum runt om i Sverige. Detta bidrog till att TV4 fick lägga ned sin promotion av programmet efter 3 inplanerade evenemang av 10-15, pga. intresset var svagt. Det visade sig att TCM använt sig av tidigare gladiatorer som behållit sina karaktärskläder och använt dessa, trots att de inte hade rätt till detta vilket TV4 AB anförde. De gamla gladiatorerna hade inte heller rätt att uppträda som gladiatorer längre trots att de nu gjort detta. Som marknadsföringsmaterial använde TCM även en hemsida, affisch och reklammaterial med budskapet "TCM presenterar stolt - Utmana!!! - Gladiatorerna - TV - Megasuccén" där även TV4:s logotyp var placerad framträdande.

Rättsfrågan handlade om programformatet *Gladiatorerna* var bärare av renommé och om TCM gjorde renommésnyltning på programformatet när de marknadsförde tjänster som om de båda företagen hade ett kommersiellt samband. Domstolen hänvisade till ett tidigare avgörande (MD 1999:21) där Marknadsdomstolen ansett att programformat kan vara bärare av renommé.

Därav handlade även *Gladiator*-fallet om renommésnyltning enligt 4 § i den tidigare *Marknadsföringslag* (1995:450) samt att det tryckta materialet ansågs vara vilseledande enligt 6 § i den tidigare *Marknadsföringslag* (1995:450). TCM fälldes för renommésnyltning och vilseledande marknadsföring.

### **Rättsfallsanalys "*Gladiatorerna*"**

Rättsfallet *Gladiatorerna* är intressant ur svenskt perspektiv då det är det andra avgörandet då programformat ges renomméskydd. Trots att programformat i allmänhet ses som en sammansättning av idéer och det är först i konkret form upphovsrättsligt skydd möjligen kan åtnjuta, blir programformatet en

konceptprodukt under marknadsföringslagen om det presenterats på marknaden. *Gladiatorerna* var, liksom *Who Wants To Be A Millionaire*, ett framgångsrikt programformat som licensierades i flera länder vilket säkert bidrog till att det sågs som ett programformat och en var en betydelsefull handelsvara. Med detta sagt så vill jag igen återkoppla till vad som framgick i *Who Wants To Be A Millionaire* - målet där Fogderetten menade att bara för ett programformat säljs, så är det inte lika med att det ska få upphovsrättsligt skydd. Däremot, menar jag, att så fort ett programformat har nått upp till ett visst värde på marknaden så verkar det få marknadsrättsligt skydd och därmed kan hålla renommésnyltare borta.

#### **4.3.3 Rättsfallsreferat: Sverige. MD 1993:26 "Hemglass"<sup>77</sup>**

I en tvist mellan två franchisingföretag *Hemglass* (kärande) och *Glassbilen* (svarande), yrkade *Hemglass* att *Glassbilen* enligt dåvarande 2§ *Marknadsföringslag* (1975:1418) skulle förbjudas att marknadsföra glass eftersom kärande ansåg att *Glassbilen* hade flertalet snarlika strukturelement. Kärande ansåg att *Glassbilens* marknadsföring, tjänst eller reklamåtgärd, stred mot god affärssed eller på annat sätt var otillbörlig mot konsumenter eller näringsidkare genom vilseledande om kommersiellt ursprung och renommésnyltning.

*Hemglass* startade sin verksamhet 1968 och *Glassbilen* startade sin verksamhet 1993. De strukturelement som ansågs efterbildade var: blå bil, reklamskylt och reklamljus som var placerade på bilens samma ställe, tonlikhet i bilarnas ljudsignal, presentation av sortiment på bakluckan, direktreklamblad av samma storlek på både format och utformning av sortimentbeskrivning och snarlika produkter.

Rättsfrågan gällde om *Glassbilen* gjort intrång i *Hemglass* franchisingkoncept och dragit nytta av det renommé *Hemglass* var i besittning av.

Marknadsdomstolen tog hänsyn till marknadsundersökning *Hemglass* hade gjort där det framgick att konsumenter förknippar en blå bil som spelar en melodislinga med *Hemglass*. Därmed hade *Glassbilens* marknadsföring uppenbara likheter med *Hemglass* marknadsföring då även de hade blå bilar och spelade upp en melodislinga vid ankomst. Trots att *Glassbilen* troligen drog nytta av den

---

<sup>77</sup> MD 1993:26 "Hemglass"

association *Hemglass* hade med försäljning i bostadskvarter, ansåg Marknadsdomstolen att detta hörde till affärsverksamhetens art.

Marknadsdomstolen lämnade *Hemglass* talan utan bifall och *Glassbilen* ansågs inte otillbörligt ha utnyttjat *Hemglass* anseende på ett otillbörligt sätt.

### **Rättsfallsanalys av "*Hemglass*"**

Trots att *Hemglass* anförde flera sakliga argument om hur *Glassbilen* agerat för att dra nytta av den goodwill som *Hemglass* byggt upp under 25 år, fick inte *Hemglass* igenom sitt yrkande. Beslutet föll till *Hemglass* nackdel på grund av att *Glassbilen* strategiskt utnyttjat den gråzon som kännetecknar ett koncept där idéer är oskyddade. Ej heller var några av *Glassbilens* strukturelement så lika *Hemglass* strukturelement att de skulle utgöra intrång i någon immaterialrätt vilket begränsade *Hemglass* möjligheter att få skydd inom någon annan skyddsform.

Fallet speglar tydligt hur ett koncept bedöms enligt Marknadsdomstolen där strukturelementen hålls särskiljda från konceptet. Det som kännetecknade de uppräknade strukturelementen var att de enskilt inte var tillräckligt unika och kunde få någon typ av skydd.

Det finns flera likheter mellan programformat och affärsmodellen franchising. Franchising handlar om en licensiering av en franchisegivares immateriella tillgångar såsom varumärke, upphovsrätt, patent och mönster. Det kan även handla om materiella tillgångar såsom butiksläge, butiksinredning, varu- och tjänstesortiment etc. och hit räknas även den kunskap, "know-how", som franchisegivaren besitter för att franchisetagaren ska kunna driva sin verksamhet. Precis som ett framgångsrikt programformat finns det fördelar med att ett framgångsrikt franchisingkoncept kan licensieras. Uthyrningen handlar i grund och botten om att franchisegivaren utnyttjar sina immateriella tillgångar för ekonomisk vinning och franchisetagaren får stordriftsfördelar<sup>78</sup>

Inte heller på detta område finns det någon reglering kring koncept. Däremot finns *Lag (2006:484) om franchisegivares informationsskyldighet* som främst reglerar

---

<sup>78</sup> Levin, Marianne, Nordell, Per, Jonas (red.), *Handel med immaterialrätt*, Fritzes Förlag AB, 1996, s. 125ff

franchisegivarens skyldighet att delge information till franchisetagaren. Denna lag hålls utanför i denna diskussion.

Precis som programformat innehåller franchisingkoncept oftast väl utvecklade beståndsdelar, både immateriella och materiella. Det som framgår av rättsfallet "*Hemglass*" är hur sårbart ett franchisingkoncept kan vara då det heller inte finns något konceptskydd för denna licensprodukt. Idéerna, motiven eller det allmänna skyddas inte och utnyttjades i stor utsträckning i *Hemglass*-målet Därmed kan det vara farligt för ett franchisingkoncept att enbart basera sin verksamhet oskyddade strukturelement då det lätt kan eftergöras och utsättas för renommésnyltning.

#### **4.4 Analys och slutsatser**

Renommésnyltning har varit aktualiserat i flera rättsfall jag läst på området, även utöver de som tagits upp i denna uppsats, där upphovsrättslagen inte gett programformat skydd. Som tidiga rättsfall visar ovan kan ett programformat uppbära renomméskydd i Sverige, detta trots att rättsfallen dömdes utifrån tidigare marknadsföringslag. Genom att Sverige antog en ny marknadsföringslag 2008 har regleringen utvecklats och regleringen gäller ännu, inget har tagits bort som är väsentligt för fallen. Noteras bör att båda programformaten *Gladiatorerna* och *Who Wants To Be A Millionaire* var omåttligt populära just när de sändes med runt 2 miljoner tittare i utvalda avsnitt.

När ett programformat inte har kunnat få upphovsrättsligt skydd har renomméskyddet i många fall aktualiserats. Som jag nämnde ovan har detta kunnat ses i ytterligare fler rättsfall jag tagit del av i arbetet med uppsatsen, vilket bör analyseras djupare. Enligt samtliga kapitel i denna uppsats har det framgått att det inte finns något upphovsrättsligt konceptskydd för programformat. Däremot, sedan avgörandet (MD 1999:21) som var det första avgörandet där ett programformat ansågs vara i besittning av renommé, har programformat därefter bedömts som enhetlig konceptprodukt. Det första avgörandet följdes av ytterligare ett avgörande som gick på samma linje i *Gladiatorerna*-målet. Ställs dessa två avgöranden i en jämförelse med *Hemglass*-målet från 1993 gick den domen mer på en upphovsrättslig bedömning i den marknadsrättsliga frågan. I detta mål bedömdes strukturelementen och hur pass unika de var, var för sig. Det visade sig att strukturelementen snarare var idéer och oskyddade i flertalet av

jämförelserna. Då hölls helheten tillbaka mer och trots att *Hemglass* arbetat upp sin franchisingverksamhet och koncept och sedan flera årtionden tillbaka, vägde inte detta lika tungt som i senare mål.

För att återkoppla till problemområdet som behandlade fortsättningsverk kan ett programformat ha byggt upp en goodwill hos sin publik som ett fortsättningsverk kan dra nytta av, om fortsättningsverket uppfyller kraven på ett nytt verk. Den upparbetade goodwill som det första programformatet har tas över av fortsättningsverket, rakt av legalt, vilket öppnar för flera positiva aspekter av att skapa ett fortsättningsverk.<sup>79</sup> Deichmann menar att fortsättningsverk är baserade på det som är "public domain", dvs. det offentliga rummet, där skaparen låter sig inspireras av tidigare verk, i egna nya verk. Tillåten inspiration kan däremot ligga väldigt nära ett otillåtet intrång enligt lag och generellt kan sägas att det spelar ingen roll om det är ett programformat, ett litterärt verk eller filmverk utan att de avvägningsgrunder som görs för verken, är de samma.

---

<sup>79</sup> Kirk Deichmann, 2004, a.a., s. 101f





## 5. Sammanfattning och slutsatser

### 5.1 Inledning

Detta sista kapitel syftar till att sammanfatta tidigare analyser som gjorts i kapitel 2-4 samt att dra slutsatser för att besvara uppsatsens frågeställningar.

### 5.2 Upphovsrättsliga sammanfattningar

Det centrala idébegreppet är problematiskt för programformat utifrån upphovsrättsliga aspekter. Att idéer inte skyddas är inget nytt, detta framgick redan i förarbeten till vår svenska upphovsrättslag från 1960. Inte heller har svensk upphovsrättslag ändrats sedan anslutning till Bernkonventionen eller EU då det inte finns några regler som motarbetat detta, snarare tvärtom. Trots att de första programformaten började utvecklas redan från 1950-talet och parallellt har följt nuvarande svenska upphovsrättslag i drygt 50 år, saknas skydd för en konceptprodukt som programformat.

Idébegreppet har behandlats på olika sätt i doktrin. Den mer ämnesrelaterade har kort befast att idéer inte skyddas medan Karnell går på djupet i dess ursprungliga betydelse och menar att programformat inte alls ska kopplas till idébegreppet för att därmed uteslutas ur upphovsrättslagen. Eftersom idébegreppet står kvar som oskyddat begrepp i såväl nationell som internationell reglering kvarstår problemet för programformat och doktrin förändrar inte läget. Detta kan tydas i rättspraxis, som bl.a. *Top-Dog*-fallet, där Zandnias insats inte ansågs utgöra något annat än en idé till ett verk. Även i rättsfallet *Who Wants To Be a Millionaire* slog dansk domstol fast att programformat var en samling idéer och produkten programformat var signifikativt behäftad med att köparen betalade för besparingar i tid och pengar.

Härmed kan sägas att idébegreppet visar sin styrka i tvister vid likhetsjämförelsen men ur skyddssynpunkt, där bolag söker skydd för hela konceptprodukter, är idéer eller koncept inte skyddsföremål. Detta kan även tydas i jämförelsen med

affärsmodellen franchising där strukturelementen är av snarlik karaktär som i programformatens. Även där är regleringen obefintlig avseende konceptskydd.

Det som däremot visar hur det obefintliga konceptskyddet kan utnyttjas förstås i rättsfallet *Hemglass* där ett konkurrerande bolag kan lägga sig väldigt nära i skapandet av strukturelementen, utan att bli fälld för intrång. På flera vis påminde Glassbilens verksamhet ett fortsättningsverk där tema m.m. kan utnyttjas utan att det handlar om intrång.

Efter 1990-talet har flertalet stora programformat sålts runt om i världen. Vissa genrer har varit mer populära än andra och programformaten utvecklas efter målgruppernas behov. Detta kan leda till att fortsättningsverk kan bli ännu mer populära i framtiden i brist på idéer inom andra genrer. Då kan manusbaserade genrer som sitcoms få större efterfrågan då det kan öppnas möjligheter för fortsättningsverken att utnyttja den oskyddade gråzonen som omfattar idéer, koncept och vissa beståndsdelar. Frågan om konceptskydd och intrång av ett fortsättningsverk har inte väckts i något avgörande i Sverige och är därför svår att diskutera. Men fortsättningsverken kan fortplantas när konceptskyddet saknas.

Avseende de beståndsdelar och strukturelement ett programformat kan bestå av kan dessa var för sig vara skyddade av upphovsrätten. Kravet för detta är att de först och främst ska uppfylla verkshöjdskraven, var för sig. Vidare kan tydas att ju mer utvecklade och originella beståndsdelar, desto lättare är det att hålla potentiella intrångsgörare borta från sitt programformat. Men trots att flertalet beståndsdelar uppfyller verkshöjdskraven kan ett programformat inte bli ett koncept, utan styrkan ligger i beståndsdelarna var för sig. Karnell menade i sitt fördjupade exempel hur abstrakta idéer kan uteslutas vilket också kan ses som en nyckel till hur en formatbibel måste utformas. Om formatbibeln överrensstämmer med det konkreta verket torde den abstrakta idén uteslutas och distansen mellan formatbibeln och det konkreta verket elimineras. Utifrån detta resonemang gäller att formatbiblar bör utformas så att de fullkomligen överrensstämmer med det färdiga programformatet för att motivera skydd för bibeln och dessutom utesluta att det handlar om abstrakta idéer.

### **5.3 Marknadsrättsliga sammanfattningar**

Enligt praxis har upphovsrätten fått en alltmer tillbakadragen roll i tvister då området är komplext. Detta har istället aktualiserat marknadsföringslagen och renommésnyltning då flera bolag dragit nytta av det uppmärksamhetsvärde som arbetats upp i tidigare programformat. I *Hemglass*-målet gavs inte något renomméskydd för franchisingmodellen *Hemglass* hade, men senare avgöranden avseende programformaten (MD 1999:21) och *Gladiatorerna* ansågs vara i besittning av renommé och intrångsgörare hade dragit otillbörlig fördel av detta. Detta kan visa på en utveckling att då inte konceptskydd ges i den svenska upphovsrättslagen kan ett sådant åtnjutas i marknadsföringslagen. I de svenska rättsfallen handlade det inte om att ett programformat dragit otillbörlig fördel av ett annat programformat, men detta kan styrkas av det danska *Who Wants To A Millionaire*-fallet. I det avgörandet prövades först de upphovsrättsliga aspekterna och trots att det inte ansågs ha gjorts upphovsrättsligt intrång, ansågs programformatet besitta renommé vilket också Danmarks Radio dragit otillbörlig fördel av.

### **5.4 Besvarande av frågeställningar**

#### **5.4.1 Kan programformat få upphovsrättsligt skydd i Sverige?**

Det är problematiskt att uttala sig om programformat kan få upphovsrättsligt skydd i Sverige idag. Utifrån svensk och nordisk rättspraxis finns det tydliga tendenser att programformat består av en sammansättning av idéer, detta framgår av förarbeten, internationella konventioner och rättspraxis. Inte heller det svenska rättsfallet *Top Dog* kan ge några större förhoppningar om upphovsrättsligt skydd, men ett visst hopp finns. Meningarna går även isär vad gäller idébegreppets roll i förhållande till konkret form, men för att i största möjliga mån undvika problem kan ett programformat med väl utvecklade idéer som följs upp av en detaljerad formatbibel, möjligen ges framgång. Samma gäller även för de strukturelement som är tänkta att ingå då dessa bör nå verkshöjd var för sig för att göra programformatet indirekt skyddat och originellt. På så vis blir programformatet "minerat" och ett indirekt skydd får verkan. Programformatet bör även produceras i en väl utvecklad pilot och i största

utsträckning överrensstämma med formatbibeln, detta för att utesluta en eller flera abstrakta idéer. För att skydda sig emot konkurrerande fortsättningsverk gäller att programformatet bör vara väl utvecklat och bli framgångsrikt i sin genre. Dessutom tjänar det på att ha en unik och originell titel. Detta kan knyta till sig målgrupper för lång tid och minska incitamenten för att potentiella konkurrenter ska misslyckas med sina efterbildningar.

#### **5.4.2 Kan programformat få marknadsrätligt skydd i Sverige?**

Programformat kan åtnjuta renomméskydd i Sverige. Detta styrks av två avgöranden samt även med ett danskt rättsfall. Det bör även beaktas att marknadsrättsligt renomméskydd bygger på grunderna att programformat anses vara en konceptprodukt, detta till skillnad från vad som för närvarande gäller inom upphovsrättslagen. Det som kan utläsas från de avgöranden där programformat kunnat åtnjuta renomméskydd, är att programformaten varit väldigt framgångsrika handelsvaror på marknaden vilket därmed kan antas vara ett incitament för att renomméskydd ska ges.

### **5.5 Egna reflektioner**

Programformat är, och har varit under drygt tjugo år, starkt utsatta för en juridisk problematik som jag inte trodde en sådan framgångsrik handelsvara kunde vara utsatt för. Men trots att min kunskap avseende programformat nu har stärkts har jag en förståelse för varför det inte finns ett upphovsrättsligt konceptskydd utifrån de grunder ett sådant skydd skulle kunna byggas på idag. Detta vill jag förklara med att trots en explosionsartad utveckling har skett sedan 1990-talet har svensk gällande rätt, *de lege lata*, bistått med ett skydd som främjar konkurrensen och framför allt skapandet av kreativa verk som ryms inom upphovsrättslagen. Ett tidigt konceptskydd i början av 1990-talet hade inte alls fungerat vilket jag tycker framgår i *Hemglass*-målet. Däremot har utvecklingen gått framåt och när det idag ges ett konceptskydd inom marknadsrätten borde kanske upphovsrättslagen ses över med marknadsrättslig inspiration. Problematiken inom upphovsrättslagen är dock komplex av ett helt annat slag än inom marknadsföringslagen och på flera vis känns den upphovsrättsliga reglering som finns för programformat i Sverige idag, rimlig.

## 6. Käll- och litteraturförteckning

### Offentligt tryck

Sverige

*Utredningsbetänkanden*

SOU 1956:25 Auktorrättskommitténs betänkande om  
upphovsmannarätt till litterära och konstnärliga verk

*Propositioner*

Prop. 2007/08:115 Ny marknadsföringslag

Prop. 1960:17 Förslag till lag om upphovsrätt till litterära och  
konstnärliga verk, m. m.

Europeiska unionen

2001/29/EG Om harmonisering av vissa aspekter av upphovsrätt  
och närstående rättigheter i informationssamhället,  
*Infosoc*

2005/29/EG Europeiska Gemenskapens direktiv om otillbörliga  
affärsmetoder

2009/24/EG Europeiska Gemenskapens direktiv om rättsligt skydd för  
datorprogram

### Litteratur

Bernitz, Ulf m.fl., *Immaterialrätt och otillbörlig konkurrens*, 13:e upplagan,  
Handelsbolaget Immaterialt Rättsskydd i Stockholm, 2013

Helgesson, Christina, *Konceptskydd i tjänsteföretag*, Institutet för Immaterialrätt och  
Marknadsrätt vid Stockholms universitet, nr 71, Juristförlaget Stockholm, 1993

Humphrey, Edward, *International Copyright and Intellectual Property Law*, Jönköping International Business School, 2008

Humphreys, Edward *Programformat och medier i konvergens*, Göteborg: Nordicom, 2011

Jenkins, Henry, *Konvergenskulturen: Där gamla och nya medier kolliderar*, Göteborg: Diadalos, 2012

Karnell, Gunnar, *Rätten till programinnehållet i TV*, 1970. Länstryckeriet Nyköping

Karnell, Gunnar, *TV-spel och upphovsrätt – om skyddet i Sverige för ett slags "formats"*, Festskrift till Stig Strömholm del II, Iustus förlag AB, 1997

Karnell Gunnar, *Copyright to Sequels - With Special Regards to Television Show Formats*, International Review of Intellectual Property and Competition Law, IIC, 2000

Kirk Deichmann, Hanne, *Programformater – ophavsret till tv-formater*. Forlaget Thomson A/S, 2002

Kirk Deichmann, Hanne, *Variationsværker*, Nordisk Immaterielt rättsskydd, 2004

Lehrberg, Bert, *Praktisk juridisk metod*, femte upplagan, Förlag: I.B.A. Institutet för Bank- och Affärsjuridik AB, 2006

Levin Marianne, Nordell Per Jonas, (red.), *Handel med immaterialrätt*, Fritzes Förlag AB, 1996

Levin, Marianne, *Lärobok i immaterialrätt*, 10:e upplagan, Nordstedts Juridik AB, 2011

Moran, Albert, Malbon Justin, *Understanding the global TV-format*, Bristol Intellect Books, E-bok, 2006

Sandgren, Claes, *Rättsvetenskap för uppsatsförfattare: ämne, material, metod och argumentation*, 2. uppl. Stockholm: Norstedts Juridik AB, 2007

## **Internetkällor**

The Format Recognition and Protection Association, FRAPA, [www.frapa.org](http://www.frapa.org), läst 2014-01-05

International Format Lawyers Association, IFLA, [www.ifla.tv](http://www.ifla.tv), läst 2014-01-05

## **Övriga källor**

FRAPA Reports 2011

FRAPA Reports 2009

Lindeson, Tobias, *Det juridiska skyddsbehovet av programformat*, examensarbete, Handelshögskolan Göteborg, 2005





# Rättsfallsförteckning

## Svensk rättspraxis

NJA 1981 s. 323 (Två herrars tjänare)

MD 1993:26 (Hemglass)

MD 1999:21 (Robinson)

MD 2002:17 (Gladiatorerna)

T 1164-06 (Top-Dog)

## Utländsk rättspraxis

Danmark, Gladsaxe Fodgeret, dom U. 1999.1762 ØKL, Celador Productions Limited vs. Danmarks Radio (Who wants to be a millionaire),