



# NORGES HØYESTERETT

Den 16. juni 2006 avsa Høyesterett dom i

**HR-2006-01045-A, (sak nr. 2005/1726), sivil sak, anke,**

Norsk rikskringkasting AS

(advokat Anne-Hilde Storm – til prøve)

mot

Margaret Emdal

Hjelpeintervenient:

Norsk Filmforbund

(advokat Andreas Galtung – til prøve)

## S T E M M E G I V N I N G :

- (1) Dommer **Tønder**: Saken gjelder krav om erstatning for bruk av logo uten opphavsmannens samtykke.
- (2) Margaret Emdal utformet i 1999 som ansatt grafisk designer i Norsk rikskringkasting A/S (NRK), logo til Barne-tv-serien ”Jul i Blåfjell”. Serien skulle sendes som NRKs julekalender samme år. I serien opptrådte ”blånissene” med sine karakteristiske blå nisseluer. Logoen består av ordene ”Jul i Blåfjell”, skrevet med håndskrift og der bokstaven Å i Blåfjell er utformet som en blåfarget nisselue.
- (3) Serien var en fortsettelse av julekalenderen ”Amalies Jul” som første gang ble sendt på NRK fjernsynet i 1997. ”Amalies Jul” handlet om nisser med rød nisselue. Etter at ”Jul i Blåfjell” hadde gått i reprise i 2001, produserte NRK i 2002 en ny serie, ”Jul på Månetoppen”. Historien i denne serien handlet om et møte mellom ”blånissene” og ”rødnissene” fra de to foregående seriene.
- (4) NRK ønsket å skape et uttrykk i logoen til ”Jul på Månetoppen” som gjenga sammenhengen mellom de tidligere seriene. Barne- og ungdomsavdelingen ga derfor designseksjonen i NRK i oppdrag å foreta den nødvendige tilpasningen i eksisterende logo. Dette ble gjort ved at det halvveis skjult bak den blå nisseluen kommer til syne en tilsvarende rød nisselue. Margaret Emdal var på dette tidspunkt sluttet i NRK.

- (5) I tariffavtalen mellom NRK/NAVO på den ene side og NRKs Tverrfaglige Forening (heretter kalt TF)/YS-S på den annen side, er det i overenskomsten del B § 15 inntatt bestemmelser som gjelder opphavsrettigheter for ansatte opphavsmenn i NRK. Overenskomsten § 15 ble avtalt først med NRKs Journalistlag med virkning fra 1. april 1998. TF og Kringkastingens Landsforening sluttet seg til avtalen med virkning fra 1. april 2000.
- (6) I punkt 15.1.2 reguleres NRKs rett til å utnytte verkene som de ansatte skaper i sin tjeneste ”innenfor selskapets ordinære virksomhet”. Denne retten erverver NRK i kraft av ansettelsesforholdet uten at vedkommende opphavsmann tilkommer annet vederlag enn sin lønn.
- (7) Punkt 15.1.3 regulerer de rettigheter NRK erverver i kraft av avtalen. Bestemmelsens første setning lyder:
- ”Med hjemmel i denne avtale overtar NRK rett til videreutnyttelse (sekundærutnyttelse) av alt stoff (herunder tekst, manuskripter, bilder/stillbilder, film, tegninger, illustrasjoner, grafikk) som medarbeideren produserer – og tidligere har produsert – i tjenesten, enten dette er et helt program eller et element i et program. ...”**
- (8) Avtalens punkt 15.2 gir nærmere regler om avtalens virkeområde. Her heter det i punkt 15.2.1 første setning:
- ”Retten til videreutnyttelse gjelder for alle medier og utnyttelsesformer som ved avtalens inngåelse er en del av NRKs virksomhet, jfr. punkt 15.2.2. ...”**
- (9) I avtalens punkt 15.2.2 er oppregnet de utnyttelsesformer som retten til videre utnyttelse omfatter. Bestemmelsens første setning lyder:
- ”Avtalen gir NRK rett til videreutnyttelse av programstoff for distribusjon til biblioteker, museer, undervisningsinstitusjoner, salg og utleie av video- og fonokassetter, offentlig visning av film eller andre programmer, utgivelse av multimedieverk, CD-rom, salg av ”spinn off”-produkter, presseklipp (overføring til lyd- og bildekassett). ...”**
- (10) Etter avtalens punkt 15.2.3 har NRK rett til å overdra utnyttelsesrettighetene etter punkt 15.2.2 til datterselskap i NRK, som også gis rett til kommersiell videreutnyttelse i samsvar med avtalen.
- (11) Avtalens punkt 15.5 regulerer hvilket vederlag NRK skal betale for de rettigheter som avtalen gir. Vederlaget skal som hovedregel bestå av standardvederlag som gis til alle ansatte opphavsmenn. Standardvederlaget består av to deler. For det første utbetales et likt vederlag til alle ansatte opphavsmenn, som etter dagjeldende avtale utgjorde kr 1 500 pr. år. Dessuten betaler NRK som et likt beløp til alle opphavsmenn, en viss andel av den årlige bruttoinntekten som er en følge av videreutnyttelsen.
- (12) Avtalen gir dessuten i punkt 15.5.3 mulighet for at det i visse tilfelle gis individuelt vederlag. For det første gjelder dette hvis NRKs inntekter fra enkeltprogram eller annet stoff ”er særskilt store og ... standardvederlaget fremstår som urimelig”. Det heter dessuten i bestemmelsens annet ledd:
- ”Ved avtalt bruk av programstoff i reklame etter punkt 15.4.2, skal det avtales særskilt individuelt vederlag.”**

- (13) Endelig gir avtalens 15.5.4 rett til et engangsbeløp når opphavsmannen slutter i NRK. Vederlaget er avhengig av vedkommendes ansettelsestid som opphavsmann. Dette gir NRK enerett til fortsatt videreutnyttelse i samsvar med de til enhver tid gjeldende opphavsrettsavtaler mellom NRK og TF.
- (14) Også for de som har sluttet, gir avtalen rett til et individuelt vederlag. Det heter om dette i punkt 15.5.4 tredje punktum:

**”I særlige tilfeller kan likevel opphavsmenn som har sluttet, gjøre krav på individuelt vederlag dersom NRKs inntekter fra enkeltprogrammer er særskilt store eller dersom stoffet nyttes til reklame, jfr. punktene om individuelt vederlag.”**

- (15) Punkt 15.4.2, som har overskrift ”Utnyttelse i reklamesammenheng”, lyder:

**”Utnyttelse av programstoff i forbindelse med kommersiell reklame for produkter eller tjenester som ikke vedrører NRKs egen virksomhet, er ikke tillatt uten forutgående samtykke fra opphavsmannen. Det skal i denne sammenheng tas særskilt hensyn til journalistisk integritet og uavhengighet og de enkelte opphavsmenns personlige ansvar for stoffet, samt målsettingen om å holde et høyt etisk nivå hos programmedarbeiderne.”**

- (16) Avtalen om opphavsrett må ses i sammenheng med at NRK i 1997 stiftet et heleid datterselskap, NRK Aktivum AS, som har til formål å drive kommersiell virksomhet med grunnlag i det markedspotensial som følger av NRKs programskaping. Det er meningen at overskudd fra selskapets virksomhet skal tilbakeføres til NRKs programproduksjon.
- (17) I forbindelse med serien ”Jul i Blåfjell” har NRK Aktivum AS inngått lisensavtaler med ulike produsenter om produksjon og salg av såkalte ”spinn off”-produkter. Med dette menes produkter som har tilknytning til en programproduksjon, og der etterspørselen etter produktet er en direkte følge av programmet. I forbindelse med ”Jul i Blåfjell”-serien dreier det seg for eksempel om ulike spill, julekort, tallerkener, krus, CD-plater, blånissefigurer i ulike størrelser, nisseluer, votter, stillongs, gensere osv.. Felles for disse er gjerne at produktet er merket med logoen til ”Jul i Blåfjell”, og at logoen ellers framgår av reklame og annen markedsføring.
- (18) Margaret Emdal sluttet i NRK i oktober 2000. Hun fikk i den forbindelse utbetalt kr 26 250 som engangsbeløp i henhold til avtalens punkt 15.5.4. Fra før hadde hun i 1999 fra NRK Aktivum AS fått utbetalt kr 4 000 ”for rettigheter til bruk av logoen ”Jul i Blåfjell””.
- (19) I februar 2002 tok hun opp med NRK spørsmålet om ytterligere vederlag for NRKs bruk av logoen i kommersielt øyemed. Hun påtalte også den endringen av logoen som var foretatt i forbindelse med produksjonen av ”Jul på Månetoppen”, idet hun oppfattet dette som en krenkelse av sine opphavsrettigheter. Da hun ikke kom fram gjennom forhandlinger, tok hun ut stevning mot NRK 23. april 2003 med krav om kr 75 000 i oppreisning for urettmessig endring av logo og kr 50 000 i vederlag eller erstatning for bruk av logoen i kommersielt øyemed.
- (20) Oslo tingrett avsa 18. desember 2003 dom med slik domsslutning:

**”1. Norsk Rikskringkasting (NRK) v/styrets leder, frifinnes.**

2. **I saksomkostninger betaler Margaret Emdal 42910,- – førtitotusenihundreogti – 60/100 til Norsk Rikskringkasting (NRK) innen 2 – to – uker fra dommens forkynnelse med tillegg av forsinkelsesrente etter forsinkelsesrenteloven § 3 første ledd, fra utløpet av oppfyllelsesfristen og til betaling skjer.”**

- (21) Tingretten kom til, i strid med NRKs prinsipale anførsel, at logoen var å regne som et åndsverk, og at avtalen om opphavsrett kom til anvendelse. Derimot vant Margaret Endal ikke fram med sitt erstatningskrav. Selv om salget av ”spinn off”-produkter ga inntekter, kunne disse ikke regnes som ”særskilt store” i avtalens forstand, jf. punkt 15.5.4 tredje punktum.
- (22) Bruken av logoen i reklame for ”spinn off”-produkter kunne heller ikke gi grunnlag for vederlag eller erstatning, da salg av slike produkter måtte anses å ligge innenfor ”NRKs egen virksomhet”, jf. punkt 15.4.2. Hun fikk heller ikke medhold i oppreisningskravet, da tingretten ikke fant at det forelå en krenkelse av hennes opphavsrett ved at logoen ble endret i forbindelse med ”Jul på Månetoppen”.
- (23) Margaret Emdal anket dommen til Borgarting lagmannsrett, som 11. oktober 2005 avsa dom med slik (rettet) domsslutning:

- ”1. Den omtvistede logo ”Jul i blåfjell” som helhet (slik som gjengitt i dommen og vedlagt rettsboken) er et åndsverk. Likeså er logoen ”Blåfjell” slik den er vist på blåfjellproduktene alene også et åndsverk.**
- 2. Norsk rikskringkasting AS dømmes til innen 2 – to – uker fra dommens forkynnelse å betale til Margaret Emdal 50.000 – femtitusen – kroner for bruken av logoen i reklame uten hennes samtykke. Ved for sen betaling kommer lovens morarente i tillegg.**
- 3. Norsk rikskringkasting AS frifinnes for oppreisningskravet.**
- 4. Saksomkostninger tilkjennes ikke, verken for tingretten eller lagmannsretten.”**

- (24) Heller ikke lagmannsretten kom til at NRKs inntekter av salget var av en slik størrelse at engangsutbetalingen framsto som urimelig. Derimot fikk hun medhold i at bruken av logoen i reklame var av en slik art og et slikt omfang at den var i strid med reklameforbudet i avtalens punkt 15.4.2. Retten kom således til at salg av ”spinn off”-produkter lå utenfor ”NRKs egen virksomhet”. Lagmannsretten viste i denne forbindelse til kringkastingslovens formålsbestemmelse i § 6-1 tredje ledd, som, i følge retten, begrenser formålet til å drive allmennkringkasting. Dette ga Emdal krav på vederlag etter punkt 15.5.4 tredje punktum. NRK ble frifunnet for oppreisningskravet.
- (25) NRK anket dommen, slutningens punkt 2 og 4, til Høyesterett. Anken gjelder lagmannsrettens saksbehandling, rettsanvendelse og bevisvurdering. Høyesteretts kjæremålsutvalg besluttet å henwise anken uten hensyn til ankegjensstandens verdi. Dog ble anken over saksbehandlingen ikke henvist.
- (26) Det er innhentet skriftlig erklæring fra ankemotparten og en representant for hjelpeintervenienten. I tillegg er det avgitt skriftlige forklaringer fra seks vitner. I relasjon til det anken gjelder, står saken i samme stilling som for lagmannsretten.

- (27) Den ankende part, *Norsk rikskringkasting AS*, har i korte trekk gjort gjeldende:
- (28) NRK aksepterer at logoen er et åndsverk, og at opphavsrettsavtalen således kommer til anvendelse.
- (29) Lagmannsretten har uriktig kommet til at salg av ”spinn off”-produkter ikke vedrører ”NRKs egen virksomhet”, og at reklameforbudet i punkt 15.4.2 derfor kommer til anvendelse. Hva avtalen mener med ”NRKs egen virksomhet”, må primært leses ut av avtalen selv. Det heter således i punkt 15.2.1 at retten til videreutnyttelse gjelder alle medier og utnyttelsesformer som ved avtalens inngåelse ”er en del av NRKs virksomhet”. I denne forbindelse er det henvist til punkt 15.2.2, som i oppregningen over de rettigheter som overdras, blant annet nevner salg av ”spinn off”-produkter. Dette må forstås slik at avtalen regner salg av ”spinn off”-produkter som en del av ”NRKs egen virksomhet”. Det er ikke bestridt fra ankemotpartens side at de aktuelle produkter er å regne som ”spinn off”-produkter i avtalens forstand. At bruken av logoen i markedsføringen av produktene faller utenfor reklameforbudet, følger således av en ren ordfortolkning av avtalen.
- (30) Det er derfor feil av lagmannsretten utelukkende å tolke NRKs virksomhetsbegrep i punkt 15.4.2 i lys av kringkastingslovens formålsbestemmelse, jf. lovens § 6-1 tredje ledd.
- (31) Lagmannsretten foretar også feil lovtolkning og subsumsjon når den kommer til at salg av ”spinn off”-produkter som klær mv. ikke er en del av NRKs virksomhet i henhold til kringkastingsloven § 6-1 tredje ledd. NRKs formål er i loven definert som allmennkringkasting og ”virksomhet som har sammenheng med dette”. Dette omfatter blant annet forretningsvirksomhet som foretas gjennom datterselskap, jf. Ot.prp. nr. 69 (1994–95) side 11 og 12.
- (32) Også formålet med avtalen tilsier at NRK uten samtykke fra opphavsmannen må kunne drive reklame for produktene, ellers vil retten til å selge bli illusorisk.
- (33) Det er også feil av lagmannsretten å hevde at bestemmelsen i punkt 15.4.2 blir uten betydning om NRK ikke kan bruke programstoff i reklame for annet enn kringkasting. Eksempelvis vil salg av bilder fra et fjernsynsprogram til reklame for en merkevare som ikke har noen tilknytning til programmet, falle inn under reklameforbudet. Bakgrunnen for forbudet er at slik reklame lett vil kunne oppfattes som krenkende for opphavsmannens integritet, jf. bestemmelsens annet punktum og kapitteloverskriften til kapittel 15.4, som gjelder vern av opphavsmannens ideelle rettigheter.
- (34) Den ankende part har også vist til at NRKs tolkning er i samsvar med oppfatningen til de som forhandlet den opprinnelige avtale, og at avtalen dessuten har vært praktisert i samsvar med dette.
- (35) Det bestrides at det såkalte spesialitetsprinsippet kommer til anvendelse med den følge at avtalen må tolkes i favør av opphavsmannen.
- (36) NRK har nedlagt slik påstand:

**”1. Norsk rikskringkasting AS frifinnes.**

**2. Margaret Emdal dømmes til å betale Norsk rikskringkasting AS saksomkostninger for alle instanser, med tillegg av renter etter forsinkelsesrenteloven fra forfall i tingretten og Høyesterett til betaling skjer, og med tillegg av avsavnsrente for omkostningene for lagmannsretten.”**

- (37) Ankemotparten, *Margaret Emdal*, og hjelpeintervenienten, *Norsk Filmforbund*, har i korte trekk gjort gjeldende:
- (38) Margaret Emdal er innforstått med at opphavsrettsavtalen innebærer en overdragelse av opphavsrettigheter til NRK for videre utnyttelse, og at rettighetene blant annet omfatter slike ”spinn off”-produkter som er utviklet i forbindelse med ”Jul i Blåfjell”-serien. Men avtalen må leses i sammenheng og har sine klare begrensninger. Det som ikke er overdratt, forblir således hos opphavsmannen, jf. det alminnelige utgangspunktet i norsk rett om at opphavsretten er hos opphavsmannen selv i arbeidsforhold.
- (39) Avtalens punkt 15.4.2 er et slikt unntak fra det som er overdratt. Unntaket gjelder reklame for produkter og tjenester. Reklame har man ikke bare ved annonser og lignende, men også når selve produktet er merket med logoen for programmet.
- (40) Forbudet omfatter reklame for produkter eller tjenester som ikke vedrører ”NRKs egen virksomhet”. Salg av produkter som luer, votter, stillongs, CD-er osv. er ikke en del av NRKs virksomhet. Ankemotparten er således enig med lagmannsretten i at formålsbestemmelsen i kringkastingsloven må være utgangspunktet, jf. lovens § 6-1 tredje ledd, det vil si at formålet er allmennkringkasting. Utnyttelse av programstoff i forbindelse med reklame som gjelder NRKs egen programvirksomhet, må derfor opphavsmannen akseptere, mens reklame for andre produkter eller tjenester faller utenfor det som er overdratt ved avtalen.
- (41) Heller ikke avtalens ordlyd kan forstås slik den ankende part hevder. Formuleringene i punkt 15.2.1 og 15.4.2 er ikke identiske og har derfor ikke samme innhold. I punkt 15.4.2 brukes ”NRKs egen virksomhet”, mens 15.2.1 bare henviser til ”NRKs virksomhet”. Tilføyelsen av ordet ”egen” indikerer en snevrere betydning og henspeiler på formålsangivelsen som følger av kringkastingsloven.
- (42) En slik snevrere forståelse av virksomhetsbegrepet i tilknytning til kommersiell reklame har også gode grunner for seg. Når NRKs logo brukes i reklame for slike produkter eller tjenester som NRK ikke selv står for, reklamerer i realiteten NRK gjennom logoen for andres produkter. Dette berører opphavsmannens ideelle interesse på en helt annen måte enn de øvrige utnyttelsesformer. Det er også grunnen til at bestemmelsen om reklameforbud er plassert i kapitlet med overskriften ”(v)ern av opphavsmannens ideelle rettigheter”. At annet punktum i punkt 15.4.2 angir at det skal tas særlig hensyn til journalistisk integritet, har sammenheng med at avtalen opprinnelig var begrenset til å gjelde for journalister. Bestemmelsen må leses som et generelt uttrykk for at bruk av programstoff i reklameøyemed i særlig grad berører opphavsmannens integritet, hvilket tilsier et snevrere anvendelsesområde enn ellers med hensyn til hva som er overdratt fra opphavsmannen.
- (43) Bestemmelsen gir opphavsmannen et forhandlingsgrunnlag. Når NRK, uten å oppta forhandlinger, har brukt logoen i reklameøyemed, må det utløse krav på vederlag etter punkt 15.5.4 tredje setning.

- (44) Etter ankemotpartens mening følger dette tolkingsresultatet rimelig klart av bestemmelsen. Om Høyesterett ikke skulle være enig i det, må dette likevel bli resultatet. Det følger for det første av generelle prinsipper for tolking av tariffavtale, der ordlyden har særlig vekt. NRK må dessuten anses som den sterke part i forhandlingene og burde ha uttrykt seg klarere, hvilket tilsier at tvilen må gå ut over NRK. Endelig vises til det såkalte spesialitetsprinsippet i åndsretten, som tilsier at uklare avtaler skal tolkes restriktivt i opphavsmannens favør, jf. åndsverksloven § 39 a, juridisk teori og Rt. 2001 side 872.
- (45) Ankemotparten og hjelpeintervenienten har nedlagt slik påstand:
- ”1. Lagmannsrettens dom domsslutningens punkt 2 stadfestes.
  2. Saksomkostninger tilkjennes for alle instanser med tillegg av lovens forsinkelsesrente.”
- (46) *Jeg ser slik på saken:*
- (47) Sakens hovedspørsmål gjelder rekkevidden av reklameforbudet i avtalens punkt 15.4.2 – nærmere bestemt hva som ligger i uttrykket ”NRKs egen virksomhet”. Dersom salget av ”spinn off”-produkter omfattes av uttrykket, ligger det innenfor de rettigheter som NRK har ervervet, å utnytte logoen i kommersiell reklame for slike produkter. Dersom slikt salg faller utenfor ”NRKs egen virksomhet”, er retten til å utnytte logoen i reklame betinget av samtykke fra opphavsmannen. Siden logoen allerede har vært brukt i reklame, vil det i så fall måtte innebære at ankemotparten må tilkjennes et vederlag, slik lagmannsretten gjorde.
- (48) Jeg er kommet til et annet resultat enn lagmannsretten.
- (49) Som sitatet ovenfor viser, følger det av punkt 15.2.1 at retten til videreutnyttelse skal gjelde for alle medier og utnyttelsesformer som ved avtalens inngåelse er en del av ”NRKs virksomhet, jf. punkt 15.2.2”. Henvisningen til 15.2.2 må innebære at alle utnyttelsesformer som er oppregnet i bestemmelsen, faller inn under uttrykket ”NRKs virksomhet”. Som det framgår av sitatet av bestemmelsen ovenfor, er salg av ”spinn off”-produkter uttrykkelig nevnt i oppregningen. Ankemotparten har ikke bestridt at de produkter som har hatt logoen til ”Jul i Blåfjell” i sin reklame, faller inn under avtalens begrep ”spinn off”-produkter. Dette innebærer at salg av slike produkter hører til ”NRKs virksomhet” slik dette uttrykket er definert i punkt 15.2.1.
- (50) Ankemotparten hevder at ”NRKs egen virksomhet” i punkt 15.4.2 ikke har samme innhold som ”NRKs virksomhet” i punkt 15.2.1, og at ordet ”egen” indikerer at uttrykket er begrenset til kringkastingsvirksomheten. Jeg kan vanskelig se at et slikt innhold kan utledes av at ordet ”egen”. Uttrykket må ses i sammenheng med setningens fulle tekst. Når bestemmelsen viser til produkter og tjenester som *ikke vedrører NRKs egen virksomhet*, henspiller det på produkter og tjenester som *vedrører andre enn NRK*. Jeg finner derfor ikke å kunne legge noen begrensning i rekkevidden av uttrykket ”NRKs egen virksomhet” sammenlignet med det tilsvarende uttrykket i punkt 15.2.1.
- (51) Det følger av punkt 15.2.2 at ”spinn off”-produkter er produkter som NRK selv står for. Dette må gjelde selv om NRK kun inngår lisensavtaler, slik at produksjon og markedsføring skjer andre steder. Dette betyr at reklame for slike produkter *vedrører* ”NRKs egen virksomhet”.

- (52) Det innholdet ankemotparten legger i uttrykket ”NRKs egen virksomhet”, ligger nær opp til uttrykket ”selskapets ordinære virksomhet”, som benyttes i avtalens punkt 15.1.2 første ledd, og uttrykket ”tradisjonell kringkastingsvirksomhet”, som benyttes i punkt 15.1.2 annet ledd. Dersom det hadde vært meningen å gi uttrykket en slik begrenset rekkevidde som ankemotparten hevder, hadde det vært nærliggende å benytte et av disse uttrykkene, siden de i andre sammenhenger er inntatt i avtaleteksten.
- (53) Det følger etter dette klart av avtalens ordlyd at programstoff, som for eksempel en logo, som benyttes i reklame for ”spinn off”-produkter, ikke faller inn under reklameforbudet i punkt 15.4.2.
- (54) Jeg er ikke enig med lagmannsretten i at innholdet av punkt 15.4.2 må utledes av formålsbestemmelsen i kringkastingsloven § 6-1 tredje ledd. Uansett hva som er innholdet av denne bestemmelsen, finner jeg at det riktige må være å utlede innholdet i uttrykket ”NRKs egen virksomhet” av avtalen selv. Dette må i særlig grad gjelde i tilfelle som her, hvor avtalen definerer innholdet i uttrykket ”NRKs virksomhet” ved henvisningen i punkt 15.2.1 til punkt 15.2.2. Når jeg er kommet til at det ikke er grunnlag for å utlede et annet innhold i uttrykket ”NRKs egen virksomhet” enn i uttrykket ”NRKs virksomhet”, må avtalens definisjon av sistnevnte uttrykk være avgjørende.
- (55) Jeg kan heller ikke se at den form for kommersiell utnyttelse av ”spinn off”-produkter som vi står overfor i dette tilfelle, står i motstrid til kringkastingsloven § 6-1 tredje ledd. Allerede i Ot.prp. nr. 69 (1994–95), som gjaldt omdanningen av NRK fra stiftelse til aksjeselskap, bebudes en utvikling i retning av at NRK også skulle kunne drive kommersiell virksomhet. På side 4 i proposisjonen heter det:
- ”Samtidig vil omdanningen til aksjeselskap innebære at Norsk rikskringkasting kan etablere datterselskaper for ivaretagelse av markedsrettet virksomhet, noe som vil gjøre det mulig å føre overskudd fra slik virksomhet til programproduksjon m.v. ...”**
- (56) Og på side 11 heter det:
- ”Departementet legger til grunn at NRK AS med generalforsamlingens samtykke må kunne danne datterselskaper som kan ivareta virksomhet av kommersiell karakter, som f.eks. salg av programmer, drift av tekniske anlegg m.v. NRK må også kunne gå inn med eierandeler i slike selskaper. ...”**
- (57) Denne utviklingen leder så fram til stiftelsen av NRK Aktivum AS i 1997, som den kommersielle virksomheten kanaliseres gjennom.
- (58) Et ytterligere skritt i denne retning skjer så ved tilføyelsen av nåværende annet punktum i § 6-1 tredje ledd, som uttrykkelig sier at NRK gjennom datterselskap kan delta i annen virksomhet. Denne bestemmelsen gjør det klart at den kommersielle virksomheten ikke nødvendigvis behøver å ha sammenheng med NRKs overordnede målsetting, jf. Ot.prp. nr. 55 (1998–99) side 2.
- (59) Min tolking styrkes også av formålsbetraktninger. Avtalens hovedintensjon er å etablere en fri adgang for NRK til uten på forhånd å innhente tillatelse fra de enkelte opphavsmenn, å utnytte det markedspotensial som NRKs programmer gir for salg av ulike produkter og tjenester. Skal NRK være avhengig av å innhente opphavsmannens



samtykke for å kunne utnytte programstoffet i reklame for slike produkter og tjenester, vil det i betydelig grad redusere de praktiske mulighetene for salg. Jeg finner at en slik virkning av ankemotpartens forståelse av avtalen ikke harmonerer med avtalens grunnleggende idé – noe jeg tillegger betydelig vekt.

- (60) Begge parter har vist til at punkt 15.4.2 er plassert under kapitteloverskriften ”(v)ern av opphavsmennes ideelle rettigheter”, og til at hensynet til opphavsmannens integritet og uavhengighet er fremhevet i bestemmelsens annet punktum. Jeg kan vanskelig se at disse hensyn rekker lenger enn til å avgrense mot utnyttelse av programstoff i reklameøyemed for produkter og tjenester som vedrører andre enn NRK. Det ligger i selve begrepet ”spinn off”-produkt at dette skal bære kjennetegn som forbinder produktet med en spesifikk programpost. Når avtalen åpner for salg av ”spinn off”-produkter, må det ha vært nærliggende for avtalepartene at en programposts logo, som ofte framstår som selve kjennemerket på programposten, også vil måtte knyttes til ”spinn off”-produktet, både som merke på selve produktet og ved andre former for markedsføring. Denne oppfatningen bekreftes for øvrig av de forklaringer som har vært gitt av personer som på begge sider sto sentralt da den opprinnelige avtalen ble forhandlet.
- (61) Når en logo derimot benyttes i reklame for produkter som vedrører andre enn NRK, ligger bruken utenfor en anvendelse som opphavsmannen med rimelighet kan forutse – noe som opphavsmannen, av hensyn til sin integritet og selvstendighet, har et legitimt behov for å gardere seg mot. Av dette følger også at reklameforbudet i punkt 15.4.2 får et klart anvendelsesområde, selv om bestemmelsen gis det innhold som jeg her har redegjort for.
- (62) Min konklusjon blir etter dette at NRK har rett til å benytte logoen til ”Jul i Blåfjell” i reklame for programseriens ”spinn off”-produkter. Etter min mening er avtalen klar på dette punkt. Jeg finner derfor ingen grunn til å gå inn på spørsmålet om i hvilken utstrekning det såkalte spesialitetsprinsippet skal gis anvendelse i et tilfelle som dette. NRK må dermed bli å frifinne.
- (63) Margaret Emdal har tapt saken slik den har stått for Høyesterett, og må etter min mening bære sakens omkostninger for Høyesterett. Advokat Storm har inngitt omkostningsoppgave for Høyesterett med kr 58 324 hvorav salær utgjør kr 30 000. Jeg legger den til grunn.
- (64) Jeg er videre kommet til at lagmannsrettens omkostningsavgjørelse bør bli stående. For de tidligere retter har spørsmålet om hvorvidt logoen representerer et åndsverk og om Emdal har vært opphavsmannen, vært sentrale tema der NRK ikke har vunnet fram med sitt syn. Jeg finner det derfor riktig at hver av partene bærer egne omkostninger for tingrett og lagmannsrett.
- (65) Jeg stemmer for denne

#### D O M :

1. Norsk rikskringkasting AS frifinnes.
2. I saksomkostninger for Høyesterett betaler Margaret Emdal til Norsk rikskringkasting AS 58 324 – femtiåttetusentrehundreogtjuefire – kroner innen 2 – to – uker fra forkynnelse av denne dom med tillegg av den alminnelige

forsinkelsesrente etter forsinkelsesrenteloven § 3 første ledd første punktum fra utløpet av oppfyllelsesfristen til betaling skjer.

3. Lagmannsrettens dom, domsslutningen punkt 4, stadfestes.

(66) Dommer **Øie:** Jeg er i det vesentlige og i resultatet enig med førstvoterende.

(67) Dommer **Coward:** Likeså.

(68) Dommer **Oftedal Broch:** Likeså.

(69) Dommer **Gussgard:** Likeså.

(70) Etter stemmegivningen avsa Høyesterett denne

D O M :

1. Norsk rikskringkasting AS frifinnes.
2. I saksomkostninger for Høyesterett betaler Margaret Emdal til Norsk rikskringkasting AS 58 324 – femtiåttetusentrehundreogtjuefire – kroner innen 2 – to – uker fra forkynnelse av denne dom med tillegg av den alminnelige forsinkelsesrente etter forsinkelsesrenteloven § 3 første ledd første punktum fra utløpet av oppfyllelsesfristen til betaling skjer.
3. Lagmannsrettens dom, domsslutningen punkt 4, stadfestes.

Riktig utskrift bekreftes: