



ILLUSTRATION: HENRIK FRANKLIN

Formgivning och avtalens betydelse

Inledning

Formgivare arbetar på många olika sätt och med många olika aktörer. Centralt i dessa relationer blir då olika typer av avtal. Avtalen kan bli helt avgörande för hur formgivaren kan ha kontroll över vad som händer med formgivningen och för hur formgivaren ska ersättas för arbete samt rättigheter. Den som förstår hur regelverket fungerar kan på ett bättre sätt ta tillvara på sina rättigheter och skapar därigenom bättre möjligheter att få ersättning för sitt arbete.

Vad formgivaren kan och bör fundera över varierar över tid i relation till var man är under formgivningens tillblivelse och levnad. En presentation görs här utifrån tanken att gå från ax till limpa, från den allra första idén till att produkten tas ur produktion.

En idé blir till

Redan innan en idé blir till det kan det vara läge för dig som formgivare att fundera över hur du ser på dig själv. Hur vill du arbeta? Och hur vill du marknadsföra dig som formgivare? En del formgivare har som tanke att arbeta för andra, exempelvis för företag som beställer design av olika slag. En del andra formgivare strävar efter att få arbeta helt i egen regi med kontroll över allt från första penndrag till produktion. Detta kan få betydelse för hur man ska närma sig frågan om att skapa ny formgivning och också rättslig betydelse som i sin tur påverkar hur avtalen ska utformas.

Det kan exempelvis handla om att ett företag kommer med en tydlig beställning på en design. Där de behöver hjälp med att ta själva idén till en konkret form. En annan situation kan vara att du som formgivare har en tydlig idé och tar med en skiss till ett företag för att diskutera om de vill sätta denna design i produktion. Ett tredje exempel är att formgivaren har idén och själv producerar i eget namn.

Frågan om vem som kom med idén och vilka som inverkat på hur idén går till konkret form får rättslig betydelse. En komplikation med design är att design kan få skydd i flera olika immaterialrättigheter och att frågan om vem som inverkat på den slutgiltiga utformningen får betydelse för vem som sen äger själva immaterialrättigheterna.

Själva idén, exempelvis en soffa som ser ut som en mun, omfattas inte av något immaterialrättsligt skydd. Det som kan få skydd är bara konkret utformning av design.

Upphovsrättsligt skydd uppkommer automatiskt när något är skapat och själva rättigheten tillfaller alla som varit med och påverkat den slutgiltiga utformningen. Det betyder att om en uppdragsgivare kommit med ett tämligen konkret uppdrag kan även uppdragsgivaren ha en del av upphovsrätten.

För mönster- och varumärkesrätt är situationen en annan. Dessa rättigheter tillfaller det företag som gör registrering, alternativt som sätter designen på marknaden. Det gör att formgivaren kan bli frångådd från dessa rättigheter.

När det gäller att ta betalt för formgivning i det här skedet kan det vara bra att börja med att göra en analys. Den här analysen omfattar både att analysera vem motparten är och att göra en "egenanalys". Det är klart att ersättning kan påverkas av om det är en stor aktör på marknaden eller om det är en liten aktör. För formgivaren kan det handla om att ersättningsnivåer kan styras av vad syftet är med avtalet och hur du som formgivare tänkt att din affärsmodell ska se ut.

En modell att fundera över hur man ska ta betalt i det här skedet av en process är att göra en uppdelning av ersättning för själva arbetet och ersättning för rättigheter, vare sig det handlar om upphavs-, varumärkes- eller mönsterrättigheter. Fördelen med att dela upp detta är att det då blir tydligt för en uppdragsgivare vad ersättningen betalas för. Man kan exempelvis dela upp offerten i olika etapper för att tydliggöra de olika momenten, exempelvis research, skissetapp 1, skissetapp 2, ritningsunderlag och slutgiltiga ritningar. Alternativt kan man tydligt redogöra att skissarvudet är betalningen för din tid och royaltyn är betalningen för rättigheterna att få använda formen.

Frågan om vem som äger rätt till själva idén är något som också kan behöva diskuteras mellan parterna. Denna del kan till exempel hanteras genom sekretessavtal.

Ett samarbete tar form

Samarbeten kan se ut på olika sätt. Det kan handla om allt från att man startar ett gemensamt bolag till att man ser sig som en del av en tydlig beställar-utförarrelation. Centralt för att få samarbeten att fungera är att parterna har en gemensam bild av hur relationen ska se ut och att detta sen kommer att beskrivas tydligt i de avtal som senare tas fram.

Viktigt i ett inledande skede av samarbetet är att man som formgivare ställer frågor för att klargöra olika ansvarsområden och att våga ställa frågor som kanske kan upplevas som obekväma för att undvika att konflikter uppstår längre fram. Man kan då skriva bra avtal från start.

Som formgivare är konstruktionen av olika samarbeten en avgörande del av den egna affärsmodellen. En affärsmodell kan vara att intäkterna ska komma från royalty. Detta kan sättas i kontrast till en affärsmodell där intäkterna avses komma från timersättning för arbete med att ta fram design.

Beroende på hur samarbetet kommer att se ut kan också frågor om samskapande aktualiseras, vilket kan inverka på vem som äger rättigheterna. Detta är viktigt att parterna uppmärksammar så att avtal kring samarbetet också täcker in rättighetsfrågorna.

När det gäller samarbeten är också viktigt att tänka på att hantera frågor kring situationer när flera formgivare är inblandade i själva skapandet. Om flera formgivare samarbetar gentemot en kund måste rättighetsfrågorna mellan dessa formgivare hanteras på särskilt sätt. Detta kan antingen göras i övergripande avtal eller från fall till fall.

En fråga som kan vara bra att ta upp tidigt med en uppdragsgivare är frågan om vem som får fatta de slutgiltiga besluten kring exempelvis material och färg. Här kan det vara så att parterna har olika uppfattning och det kan också senare leda till konflikter om parterna inte diskuterat detta i ett tidigt skede.

Avtalsskrivande

Det allra viktigaste med avtal är att alla parter har en tydlig bild av vad man är överens om. Detta underlättas om avtalen är skriftliga alternativt att åtminstone den ena parten skriver ner en bekräftelse över hur denne uppfattat situationen. Skulle motparten ha en helt annan bild finns då möjlighet att protestera innan frågan ställts på sin spets och en tvist uppkommit.

När parter ska förhandla fram ett avtal har deras förhandlingsposition helt avgörande betydelse. En formgivare med en etablerad position har större möjligheter att förhandla sig fram till ett fördelaktigt avtal än en formgivare som precis har börjat sin yrkesbana. När det gäller motpartens förhandlingsposition kan det också vara bra att fundera på dennes ställning. En liten oetablerad aktör kan exempelvis vara en större risk som part om en stor del av ersättningen är som royalty. En fråga om förhandlingspositionerna kan också vara att se om det är fråga om en långvarig relation eller om ett högst tillfälligt uppdrag.

Viktigt för formgivaren i en förhandlingssituation är att inte gå in med för lågt satta krav på exempelvis ersättning för att utrymme för förhandling ska finnas. Sätt upp mål med förhandlingen innan du förhandlar och värdesätt din kunskap och din yrkesroll högt. Viktigt är också att formgivaren har gjort en företagsanalys av det företag som man ska förhandla med. Vilken prisnivå ligger deras produkter på, vart tillverkas det, vilka säljkanaler har de och brukar de delta i några mässor med mera. Detta för att du som formgivare utifrån detta kan göra upp en bild av vad som är en rimlig ersättning.

En fråga som är avgörande för att parterna på lång sikt ska vara nöjda med ett avtal är om ersättningsformerna har balanserat risker och möjligheter mellan parterna. Låt säga att en formgivare enbart ska få betalt i form av royalty. Då blir formgivaren sittande med stor del av risken om försäljningen inte tar fart samtidigt som formgivaren bara har en ytterst liten möjlighet att alls påverka att försäljning sker. Det kan till och med finnas anledning att ta en

diskussion om hur marknadsföring och liknande ska se ut. De insatser som görs påverkar ju i hög grad den ersättning som formgivaren får.

Det finns olika sätt för formgivare att ta betalt för sitt arbete. En formgivare som får i uppdrag att ta fram en ny formgivning bör begära skissarvode utöver royaltyn. Ett sådant arvode blir en betalning för själva arbetet och timmarna som läggs ner på formgivningen. Detta ska inte liknas vid att formgivaren får ett förskott på sin royalty, som är ett sätt att tidigt betala ut ersättning där förskottet sedan räknas av på den royalty som senare ska betalas ut för sålda produkter. Skissarvode är således en separat betalning för själva arbetet och timmarna som formgivaren har lagt ner på uppdraget.

Ett sätt att tänka på olika modeller för att ta betalt är att tydligt dela upp ersättningen för arbete och för själva rättigheten. Royalty är egentligen att se som en ersättning för de rättigheter, såsom upphovsrätt, som formgivaren upplåter. En skådespelare som medverkar i en film får betalt för arbetet under filminspelningen och dessutom sen royalty när filmen visas.

En utgångspunkt när det gäller avtalsrätt är att det råder en avtalsfrihet. Det innebär att det är parterna som själva styr över hur ett avtal ska se ut. En konsekvens av det är att det i avtal om formgivning finns en stor frihet att anpassa avtalet efter vad som passar parterna bäst i den enskilda situationen.

Om ett avtal bygger på att formgivaren ska få betalt i form av royalty kan det vara värt att fundera på skrivningar om hur försäljningen ska redovisas och hur själva utbetalningarna ska göras.

Genomförandet

När samarbetsformerna och avtalen är på plats är det dags att genomföra själva formgivningen. Det är nu den ska bli något som kan nå ut till sin publik, som kan säljas till kunder. Det är också i den här fasen viktigt att fundera över vilka aktörerna är och vilka resurser de har.

Låt säga att en beställare är ett stort företag med egen kapacitet för produktion. Det är en helt annan situation än att beställaren i sig lägger ut tillverkning på ett företag i ett annat land. För formgivaren kan detta handla om att se vilka krav som ska ställas i avtalet på att få vara med och påverka själva genomförandet.

En sak att tänka på är att om det är någon eller några som förändrar designen i samband med själva genomförandet kan det innebära att de också får en del av upphovsrätten till den slutliga utformningen. I praktiken innebär det att formgivaren inte längre är ensam rättighetshavare. Det här kan hanteras i avtal om man ser detta som ett överhängande problem.

I avtalet kan formgivaren skriva in en rätt att godkänna den slutgiltiga form som ska gå i produktion. Detta är dock en förhandlingsfråga och det kan finnas anledning att inte alltid kräva detta i avtal. Här kan formgivaren fundera över sin roll och över vad som är av betydelse för olika typer av formgivning.

Om det är fråga om formgivning av produkter som har en lång livslängd kan det ske förändringar över tid. Det kan handla om att färgskalor kan behöva ändras eller om kvalitetsförsämringar. För den formgivare som arbetar med egenproduktion är det viktigt att komma ihåg att här finns ett eget ansvar även för kvalitetskontroll i och med att formgivaren också har ansvaret fullt ut gentemot kund.

Förändringar av formgivningen kan vara att betrakta som bearbetningar i upphovsrättslig mening. Vill en beställare förbehålla sig rätten att göra förändringar måste detta in uttryckligen i avtalet enligt upphovsrättslagen. Detta kan exempelvis vara formulerat på liknande sätt "Vi förbehåller oss rätten att göra ändringar..." Står detta inte med i avtalet får inga förändringar ske.

Försäljning

När en formgivning har förverkligats är det dags för den att komma ut på marknaden. I detta skede kan det vara läge att fundera över namngivning av produktion och över hur formgivaren (eventuellt) ska anges.

I vissa situationer är kan det vara väldigt viktigt för formgivaren att ta kontroll över den här typen av frågor, inte minst för att det kan ge formgivaren en möjlighet att bygga ett eget starkt varumärke. I andra situationer är klart att en beställare kan vilja ha full kontroll över detta.

Om det är fråga om att skapa ett varumärke för formgivningen i sig och/eller för namnet på produkten är det bra om parterna har diskuterat vem som ska göra detta. Rättigheten för registrerade varumärken tillfaller den som gör registreringen och det skulle kunna bli en situation där formgivaren visserligen äger upphovsrätten till sin formgivning men inte äger namnet som har blivit känt på marknaden.

I samband med försäljningsskedet kan det vara läge att fundera över vem eller vilka som kan styra över försäljningskanaler, exponering och liknande.

Formgivare kan också ha stor nytta om att försöka vara kostnadsmedvetna och själva försöka räkna på effekter av olika scenarier.

Avslut

För nästan all typ av formgivning kan det bli aktuellt med ett avslut. Det kan handla om att den som fått rätten att tillverka en viss produkt bestämmer sig för att ta produkten ur produktion. Det här leder i sin tur vidare till flera frågor.

En fråga är om vem det är som ska få fatta det slutgiltiga beslutet om att inte längre tillverka en produkt. För en formgivare som enbart får betalt i form av royalty kan det vara förödande om tillverkning och försäljning bara upphör. Detta är alltså en fråga som kan behöva hanteras i avtalet mellan parterna.

I anslutning till detta kan det också vara läge att diskutera om formgivaren själv får "ta över" designen och antingen ta den till egenproduktion eller låta en annan aktör börja tillverka och sälja. Det är i den här typen av fall viktigt att då hantera alla eventuella rättigheter, såväl upphovsrätt som mönster- och varumärkesrätt. För att någon ska kunna ta över är det oftast enklast om alla rättigheterna samlats hos en aktör.

För att avslutet ska fungera smidigt är det ofta bra om parterna redan i det ursprungliga avtalet hanterat frågan om hur avslutet ska se ut.