

4 Avtalepraksis

4.1 Rettighetshavere og omsetningsmodeller i norsk kartbransje

I Norge har det offentlige spilt en dominerende rolle i etableringen geografisk informasjon. For Statens del har Statens kartverk hatt en fremtredende rolle, men også andre etater har etablert store informasjonsmengder. Kommunene har etablert mye geografisk informasjon, men her er det stor variasjon mellom de enkelte kommuner. Også private virksomheter er rettighetshavere til betydelige mengder geografisk informasjon. Denne andelen har økt i løpet av de siste tiårene, til dels som følge av at en del typer virksomhet er skilt ut fra forvaltningen og privatisert, som for eksempel Telenor og energiverkene. Det finnes også utenlandske rettighetshavere, men det er en sjeldenhet. Både USA og Sovjetunionen har etablert gode norgeskart, og russiske data inngår i enkelte norske digitale veiatlas.

De fleste rettighetshaverne har benyttet seg av eksterne firmaer for å foreta fotografering fra fly og satellitt, samt oppmåling i terrenget. Disse firmaene vil som regel bare opptre som oppdragstakere, og sitter ikke selv med rettigheter til den geografiske informasjon. Det skal likevel pekes på at de ofte sitter med rettigheter til sine egne bilder, men dette drøftes ikke videre her.

Når det gjelder Staten som rettighetshaver er det vanligste at hver etat anses som en selvstendig enhet. Etatene kan gjøre sin informasjon tilgjengelig for kommuner og private ved direkte avtaler. Etatene kjøper også rettigheter av hverandre, og inngår noen ganger avtaler om felles etablering, med det resultat at de blir rettighetshavere i fellesskap.

Kommunene er selvstendige rettssubjekter, og inngår avtaler på samme måte som statsetatene. I mange tilfeller inngås avtaler med statsetatene om samfinansiering av etableringen. Dermed oppstår en utvidet gruppe som er rettighetshavere i fellesskap. Det klart viktigste eksempel på samarbeidsformen er Geovekst, som er et samarbeide mellom Kommunenes sentralforbund, Statens kartverk, Vegdirektoratet, Landbruks- og matdepartementet, samt det tidligere Norges Energiverkforbund og Teledirektoratet (nå Energibedriftenes landsforening og Telenor). Samarbeidet ble startet opp i 1992 og omfatter felles finansiering, etablering og vedlikehold av geografisk informasjon.

Konkrete etableringsavtaler blir inngått lokalt, og er åpne for flere deltakere enn de sentrale partene. Mer enn 300 kommuner har inngått etableringsavtaler gjennom Geovekst.

Mellom samarbeidspartene gjelder ett sett avtaler. Disse gir som regel partene "full intern bruksrett" samt ganske generell adgang til bruk i utadrettet virksomhet. For salg av rettigheter utad brukes gjerne standardavtaler som forhandlere og sluttbrukere forholder seg til. Det er nær sammenheng mellom begrepsbruken i interne og eksterne avtaler. Statens kartverk har vært en dominerende aktør i kartbransjen, og har vært førende når det gjelder utformingen av kontraktvilkår for geografisk informasjon. En annen faktor som også har bidratt til begrepsstandardisering er Geovekst.

Statens kartverk og Geovekst har til sammen stått for en stor andel av omsetningen av geografisk informasjon i Norge. Mange av de mindre aktørene har i sine avtaler valgt å følge deres begrepsbruk. I praksis har dermed kartbransjen de siste 10 år tatt i bruk et felles begrepsapparat som legges til grunn i avtaler. I neste kapittel beskrives disse rettighetsbegrepene og drøftes i forhold til begrepsbruken i åndsverkloven.

Det må imidlertid nevnes allerede her at kartbransjen i de siste par år har beveget seg i retning av en mer kompleks omsetningsstruktur. En faktor som har hatt betydning i den sammenheng er at geografisk informasjon i økende grad blir tatt i bruk på internett. Dette har utvidet markedet for verdiøkende tjenester. I praksis har dette ført til en oppblomstring av virksomheter som dels har rolle som forhandlere av geografisk informasjon, dels som utviklere av skreddersydde internettløsninger der forhandlernes kunder gjør informasjonen tilgjengelig for allmennheten via internett.

På denne måten innføres nye ledd mellom rettighetshaver og sluttbruker. Forhandlerne og tjenestetilbyderne står som regel fritt til å velge forretningsmodell og prisingsmåter. Man kan da for eksempel få den situasjon at rettighetshaver tar betalt for internettbruk i form av pris pr. oppslag, mens tjenestetilbyderen kan selge denne retten videre til sin kunde som en fast pris pr. år. Det viktige poenget her er at forretningsstrategien ikke forandrer omfanget av den rett som overføres. Innføringen av flere formidlerledd vil nok likevel føre til at sluttbrukerne får et fjernere forhold til rettighetshavernes avgrensninger av sin rett.

Et kompliserende forhold er at et ”verdiøkende forhandlerledd” kan oppfatte seg selv på to måter. Den ene er at virksomheten videreselger andres rettigheter, og i tillegg leverer en selvstendig tjeneste ved å spesialtilpasse utvalg og presentasjon av informasjonen. Den andre vinklingen er at virksomheten ved sin innsats erverver databaserett eller opphavsrett til sluttproduktet. Forhandleren vil da opptre i rollen som ”medrettighetshaver”, noe som gir en annen hjemmel til å regulere sluttbrukerens utnyttelse av produktet.

I det norske markedet har som nevnt rettighetsdefinisjonene i lisensavtaler vært relativt konsistente. Ved økt internasjonalisering vil de aktørene som driver med verdiøkende tjenester stadig oftere kunne oppleve å måtte forholde seg til rettighetshavere med ulike rettighetsdefinisjoner. Dette kan bli enda mer krevende dersom man kobler inn en anbudsmechanisme. Sammenlignbare lisensvilkår vil kunne motvirke usikkerhet og konkurransevidning mellom aktørene.

Et forhold som i løpet 2005 vil få betydning for kartbransjens struktur er at Staten nå omstrukturerer formidlingen av offentlig geografisk informasjon. Statens kartverk skal i fremtiden ikke ha direkte kontakt med det kommersielle markedet. Kartverket selger fortsatt produkter på vegne av Geovekst, men en vesentlig del av deres kartprodukter blir nå solgt gjennom Norsk Eiendomsinformasjon AS, som er et helstatlig aksjeselskap eid av Justisdepartementet. Norsk Eiendomsinformasjon leverer også geografisk informasjon fra en rekke aktører som ikke er statlige, herunder over 100 kommuner. De betjener ca 20 forhandlere som i sin tur betjener både sluttbrukere og videreformidlere. I tillegg betjener Norsk Eiendomsinformasjon enkelte sluttbrukere direkte i de tilfeller forhandlerne ikke er i stand til å levere produktet i den ønskede form.

Rettighetsdefinisjonene hos Norsk eiendomsinformasjon bryter på enkelte punkter med den tidligere etablerte praksis i bransjen. Dette kommer jeg tilbake til nedenfor.¹⁹⁷

Staten har også tatt initiativ til etableringen av Norge digitalt. Dette er et forvaltningssamarbeide som tar sikte på å effektivisere bruken av geografisk informasjon innenfor offentlig sektor. Rammene for samarbeidet er ennå ikke fastlagt i

¹⁹⁷ Kapittel 4.7.

detalj, men prinsippene som er brukt i Geovekstsamarbeidet vil antagelig bli fulgt også innenfor Norge digitalt. Geovekst vil fortsatt bestå innenfor rammene av Norge digitalt. Det er imidlertid mulig at de statlige rettighetshavere innenfor Norge digitalt blir pålagt å formidle sin informasjon til eksternt marked gjennom Norsk Eiendomsinformasjon.

Dagens situasjon innebærer muligheten både for en fragmentering av begrepsbruk, og for en omstøpning av de rettighetsdefinisjoner som har vært vanlig i bransjen det foregående tiåret. Det er i skrivende stund tidlig å si hvilke konsekvenser omstruktureringen vil få for bransjen som helhet.

Den videre drøftelse behandler i hovedsak begrepsbruken som har vært vanlig frem til 2004. Med utgangspunkt i en rekke avtaletekster fra ulike leverandører¹⁹⁸ vil jeg presentere avtalebegreper som synes å være vanlige i kartbransjen. Jeg refererer til disse begrepene som ”standarddefinisjoner”, selv om det finnes variasjoner i de individuelle avtalene. Poenget er at meningsinnholdet er temmelig entydig. Drøftelsen tar for det første sikte på å identifisere likheter og ulikheter mellom avtalenes og åndsverklovens vurderingstemaer. Jeg vil også analysere den innbyrdes sammenheng mellom avtalebegrepene og peke på praktiske konsekvenser av begrepenes avgrensning.

4.2 Disposisjonsrett

4.2.1 Intern bruk

Disposisjonsrett blir i de fleste avtaledokumentene definert som en ”rett til å disponere produktet til intern eller privat bruk”. Det fremgår at retten til ”intern bruk” gjelder for juridiske personer som statsetater, kommuner, aksjeselskaper osv. Avgrensningen tilsvarer åndsverkloven § 14 som gjelder for ”offentlige og privat institusjoner, organisasjoner og ervervsvirksomheter”. Begrepet ”intern bruk” kan synes å samsvare

¹⁹⁸ Jeg referer ikke til individuelle avtaledokumenter i drøftelsen. Dette skyldes dels at dokumentene ikke er offentlige, og dels at drøftelsen ligger på et abstraksjonsnivå som gjør enkeltavtalene mindre relevant. Statens kartverk står i en særstilling når det gjelder utforming av avtaler. Jeg har innhentet samtykke til å referere fra enkelte av deres interne dokumenter, men gjengir ikke mer enn det som er nødvendig for denne type drøftelse. Norsk eiendomsinformasjon har gitt meg innsyn i dokumenter som vil bli innlemmet i avtaler i løpet av 2005. Opplysninger herfra har gjort det mulig å bringe inn dagsaktuelle spørsmål i drøftelsen.

Utsnitt av rettighetsdefinisjoner fra Norsk Eiendomsinformasjon AS finnes som vedlegg til avhandlingen. Denne teksten gjøres ved henvisning til del av individuelle avtaler.

med ”bruk innenfor sin virksomhet” i åndsverkloven § 14. Det finnes en likhet i at begge bestemmelser regulerer intern eksemplarframstilling og utnyttelse av eksemplarer. En viktig forskjell på disposisjonsrett til intern bruk og retten etter § 14 er imidlertid at disposisjonsretten har hjemmel i en konkret avtale med rettighetshaveren.

Bestemmelsen i § 14 gir en tillatelse basert på kollektive avtaler hvor rettighetshavere representeres av organisasjoner. Den kollektive avtalen blir bindende også for rettighetshavere som ikke er tilknyttet organisasjonene

Av standarddefinisjonen fremgår det at eksemplarframstilling er tillatt når det er nødvendig for å gjøre ”forutsatt bruk” av produktet. Dette kan for databasers vedkommende ses i sammenheng med § 39h fjerde ledd som uttrykker at den rettmessige databasebruker kan ”foreta slike handlinger som er nødvendig for tilgang til databasens innhold og normal utnyttelse av denne”. For digitale produkter innebærer dette typisk en kopiering fra overføringsmedium til harddisk og videre overføring til arbeidsminne, skjerm og nødvendige utskrifter.

Disposisjonsretten skiller på flere punkter mellom digitale og analoge eksemplarer, både når det gjelder framstilling og utnyttelse. Skillet har blant annet ledet til definisjon av en egen ”rett til digitalisering”, som blir nærmere omtalt nedenfor.¹⁹⁹ Skanning og annen digitalisering av analoge produkter faller som regel utenfor disposisjonsretten til et analogt produkt. Imidlertid synes disposisjonsretten til enkelte digitale produkter å gi en viss åpning for en type digital eksemplarframstilling. Dette gjelder framstilling av rastereksemplarer fra vektorprodukter. Vektorprodukter består av tabeller med posisjonsopplysninger i form av koordinater. Til disse er knyttet egenskapsopplysninger. En rastering av produktet innebærer at posisjonsinformasjonen omformes til bildepunkter i en matrise. Dette fører i de fleste tilfeller til et informasjonstap, og utgjør en forenkling av de underliggende data. Lisenser til rasterprodukter selges ofte separat til en lavere pris enn tilsvarende vektorprodukt.

Hensikten med en slik omforming av produktet kan være å sammenstille produktet med andre rasterdata for analyse. En meget aktuell bruk av rastrede produkter er presentasjon på internett. Sett i lys av informasjonstapet er det ikke helt unaturlig å anse

¹⁹⁹ Kapittel 4.3.

rastrering som en form for ”fotokopiering eller lignende fremgangsmåte” jfr. § 14. Det skal nevnes at forslaget til ny § 14 omfatter digital kopiering. Den rastrering som tillates i standarddefinisjonen gjelder kun for ett enkelt rastereksemplar for hvert lovlig ervervet vektoreksemplar. Det kan fastslås at adgangen til rastrering av vektorprodukter neppe innebærer mer enn en minimal utvidelse av brukerens rett til eksemplarframstilling. Ytterligere framstilling av rastereksemplarer reguleres ganske forskjellig av ulike rettighetshavere. De aktuelle alternativene er ”visningslisenser” under disposisjonsretten og mengdeavhengig ”publiseringsrett”.

4.2.2 Privat bruk

Disposisjonsrett for ”privat bruk” gjelder ifølge standarddefinisjonene hvis produktet er kjøpt av en privat person og omfatter bruk innenfor vedkommendes familie og nære vennekrets. Dette samsvarer med den personkrets som er omfattet av § 12.²⁰⁰ Privat bruk er bruk som foretas av private personer til egne formål innenfor familie og nær vennekrets. Retten til eksemplarframstilling er avgrenset på tilsvarende måte som for ”intern bruk” nevnt ovenfor. Det kan nevnes at Statens kartverk for sine digitale standardprodukter har hatt et tillegg angående privat bruk: ”Privat bruk gjelder hvis produktet omfatter 2 – to – lisenser som er kjøpt av en privatperson, og omfatter bruk innenfor vedkommendes familie og nære vennekrets.” Dette må ses som et prispolitisk spørsmål, ikke rettighetsmessig. Ved erverv av lisens er nemlig to lisenser minimum.

4.2.3 Grenser for utnyttelse

Når det gjelder utnyttelsen av brukerens eksemplarer inneholder standarddefinisjonen av disposisjonsrett en del presiseringer. Utgangspunktet er at offentlig fremføring og visning ikke er tillatt. Visning og analog eksemplarframstilling kan skje i den grad det er ”nødvendig” for å gjøre forutsatt bruk av produktet. Hvilken bruk som er ”forutsatt” vil variere med den konkrete avtalen. Det synes ut fra definisjonsdokumentene som at digitale eksemplarer bare kan brukes på virksomhetens eller personens eget datautstyr. Imidlertid kan eksterne konsulenter eller oppdragstakere på eget utstyr benytte eksemplarer på vegne av oppdragsgiveren, men har da ikke noen selvstendige rettigheter

²⁰⁰ Se nærmere i kapittel 2.2.4.

til bruk. Videre må det antas at disposisjonsrett gir rett til bruk i bedriftens interne datanettverk så lenge bruken er begrenset til "forutsatt bruk". Det generelle spesialitetsprinsippet²⁰¹ tilsier at bruksbegrepet må tolkes restriktivt i favør av rettighetshaver.

4.2.4 Lisenser

I praksis er erverv av disposisjonsrett som regel knyttet til et avtalt antall lisenser. Antallet bestemmes ut fra det antall arbeidsplasser som faktisk bruker produktet, enten produktet er installert lokalt på den enkelte arbeidsplass eller på en sentral maskin i et datanettverk. Dersom rettighetshaveren benytter et lisensprinsipp, vil dette påvirke vurderingen av hva som er lovlig "intern bruk". Vurderingen må da knyttes til den virksomhet som omfattes av den enkelte "arbeidsplass". Det blir dermed av betydning å klarlegge hva som er en arbeidsplass i forhold til lisensbegrepet. På dette punktet kan man ikke si at det gjelder en spesiell praksis for kartbransjen. Lisensprinsippet slik det brukes på digital geografisk informasjon er for det vesentlige avledet fra de prinsipper som brukes for datamaskinprogrammer.

Arbeidsplassbegrepet i forbindelse med lisenser må som utgangspunkt omfatte en datamaskin med adgang til produktet enten lokalt eller i nettverk. Maskiner som er tilknyttet nettverk med adgang til produktet kan likevel ikke regnes som arbeidsplasser dersom brukeren av maskinen ikke bruker produktet. En arbeidsplass kan også være en datamaskin som står i et kontorlandskap, eksempelvis ved en skranke hvor flere ansatte gjør oppslag når kundebehandling krever det. Det har vært vanlig at den som normalt bruker arbeidsplassen kan ta med produktet på en bærbar datamaskin, eller ha den på datamaskin hjemme dersom det er nødvendig for å utføre arbeidet på hjemmekontor. Sikkerhetskopiering må anses lovlig for datamaskinprogram. Det følger av åndsverklovens § 39h andre ledd. Denne bestemmelsen kan ikke fravikes ved avtale, jfr § 39h femte ledd. Annen kopiering som er nødvendig for å gjøre forutsatt bruk av produktet kan i utgangspunktet foretas etter § 39h første ledd. Men her kan annet avtales. På bakgrunn av at beskyttelseshensynene er temmelig like for de to produkttypene, mener jeg at avtalene bør tolkes i samsvar med § 39h.

²⁰¹ Se kapittel 2.6.4.

4.2.5 Abonnement

Erverv av disposisjonsrett kan for det første skje ved kjøp. Brukeren får da en rett som ikke er tidsbegrenset. Erverv kan også skje gjennom abonnement. Disposisjonsretten er da avgrenset i tid til abonnementsperioden, og kalles i flere avtaler ”begrenset disposisjonsrett”. Ved abonnement er det vanlig at brukeren mottar eventuelt ajourførte versjoner av produktet, og at alle eksemplarer av produktet må slettes ved avtalens utløp. Norsk Eiendomsinformasjon vil fra 2005 kun tilby tidsbegrenset disposisjonsrett til sine forhandlerkunder på kartdata.

4.2.6 Visningslisens

En annen type ”begrenset disposisjonsrett” er den såkalte ”visningslisens”, som bare gir anledning til å ”se på” produktet med samme funksjonalitet som et rasterprodukt. Eksemplarframstilling og bearbeiding er da ikke tillatt. Så lenge funksjonalitetskravet er oppfylt, kan kjøper selv bestemme hvilke temaer og områder som inngår i den enkelte visningslisensen. Antall visningslisenser bestemmes ut fra det antall registrerte brukere som har mulighet til å se på produktet.

Som nevnt ovenfor²⁰² er begrepet ”visning” i åndsverkloven noe forskjellig fra det samme begreps bruk i dagligtale. Det har i forhold til fotografier og kunstverk vært antatt at skjermbildet rettslig sett må karakteriseres som visning.²⁰³ I forarbeidene²⁰⁴ til gjennomføring av opphavsrettsdirektivet foreslås at visningsbegrepet skal forbeholdes situasjoner der fysiske eksemplarer vises direkte for et tilstedeværende publikum uten tekniske hjelpemidler. I alle de tilfeller der verket gjøres tilgjengelig på indirekte vis foreslås at dette betegnes som fremføring.

Bruken av ordet ”visning” fungerer når det gjelder ”visningslisens” ikke som en rettslig karakteristikk av skjermbildet, men først og fremst som en markør av avgrensningen mot ”publiseringsrett”. Denne omfatter tilgjengliggjøring for allmennheten, mens visningslisensen er knyttet til registrerte brukere. Norsk Eiendomsinformasjon vil fra

²⁰² Se kapittel 2.2.7.

²⁰³ Ot.prp. nr. 33 (1989-90) s. 8.

²⁰⁴ Ot.prp. nr.46 (2004-2005) s. 24.

2005 slutte å bruke begrepet ”visningslisens”. Retten til skjermvisning i internt nett vil i den sammenheng ikke anses som en ”begrenset disposisjonsrett”, men som en publiseringsrett priset etter telling av oppslag.

4.3 Rett til digitalisering og skanning

Innføringen av en egen ”rett til digitalisering” som omsetningsobjekt må ses på bakgrunn av at kartbransjen i mange år opplevde den situasjon at rettighetshaveren ikke selv var i stand til å levere de ønskede produkter i digital form. Det lå dermed til rette for at analoge produkter kunne bli overført fra analog til digital form av andre enn rettighetshaveren. Særlig har dette vært aktuelt der brukeren har hatt tidsnød, og samtidig sittet med den nødvendige kompetanse og utstyr. I praksis var denne rettigheten viktig en periode, men har nå antakelig utspilt sin rolle. Statens kartverk, som i sin tid innførte begrepet, har etter 2003 ikke tillatt digitalisering og skanning av sine analoge produkter, men det er opprettholdt innen Geovekst. Retten til å digitalisere forutsetter at brukeren allerede har ervervet et analogt eksemplar med tilhørende disposisjonsrett. Digitaliseringsretten gir hjemmel til én ytterligere eksemplarfremstilling, nå i digital form, og gir disposisjonsrett til det nye eksemplaret. Bruksområdet for et digitalt eksemplar er langt større enn for det analoge eksemplaret derfor vil ”forutsatt bruk” være av annen art enn for det første eksemplaret.

4.4 Distribusjonsrett

Begrepet ”distribusjonsrett” betegner den rett til salg og annen spredning som ikke inkluderer disposisjonsrett. Innehaveren av slik spredningsrett kan derfor ikke bearbeide produktet eller bruke det selv. Distribusjonsrett kan karakteriseres som en forhandleravtale der produktets innhold ikke utnyttes av forhandleren selv. Begrepet "Forhandler uten egne rettigheter" har i en del kontrakter blitt brukt om det samme.

4.5 Markedsrett

4.5.1 Generelt

Standarddefinisjonen på markedsrett er at det er en ”rett til å fremstille eksemplarer av produktet eller en bearbeidelse av det, for å selge eller på annen måte spre disse

eksemplarene”. Dette kan sees i sammenheng med åndsverkloven § 2, der det fremgår at rettighetshaverens enerett omfatter tilgjengeliggjøring for allmennheten som skjer når verket ”fremføres utenfor det private området, eller når eksemplar av verket frembys til salg, utleie eller utlån eller på annen måte spres eller vises utenfor dette området”. Det fremgår videre av standarddefinisjonen at ”fremføring og visning av digitale eksemplarer krever publiseringsrett”. Dermed kan det fastslås at markedsretten er avgrenset til å gjelde salg og annen offentlig spredning i tillegg til eksemplarfremstilling.

Erverv av markedsrett forutsetter erverv av disposisjonsrett. Markedsrett gir også rett til å selge disposisjonsrett, men gir ikke rett til å selge markedsrett eller overdra sin egen markedsrett videre til andre uten samtykke fra rettighetshaveren. Med denne ordningen oppnår rettighetshaver å begrense antall mellomledd mellom seg og sluttbruker, og kan da bedre ha kontroll over utnyttelsen av produktene. Samtidig legges det til rette for konkurranse i forhandlerleddet. Dette kan også omtales som en begrenset sublisensiering.

4.5.2 Verdiøkende tjenester og bearbeiding

Markedsretten gir som nevnt rett til å spre ”produktet eller en bearbeidelse av det”. Dette kan ses i forhold til at § 2 første ledd fastsetter en enerett for opphavsmannen til å råde over sitt verk ”i opprinnelig eller endret skikkelse, i oversettelse eller bearbeidelse, i annen litteratur eller kunstart eller i annen teknikk”. Videre heter det i § 4 annet ledd at den som ”bearbeider et åndsverk” ikke kan råde over bearbeidelsen ”på en måte som gjør inngrep i opphavsretten til originalverket”. Markedsretten tillater bearbeidelser, og legger dermed til rette for verdiøkende tjenester, i og med at slik virksomhet forutsetter intern bruk, bearbeidelse og eksemplarfremstilling.

4.6 Publiseringsrett

4.6.1 Generelt

Standarddefinisjonene formulerer det slik at publiseringsretten er en rett til å ”fremstille digitale produkter avledet fra digitale standardprodukter for fremføring på internett eller

annen fremføring”. Som nevnt ovenfor²⁰⁵ omfatter ikke markedsretten ”fremføring” og ”visning” slik begrepene brukes i åndsverkloven § 2. Systematisk virker det nærliggende å anta at publiseringsretten er ment å omfatte denne resterende del av eneretten. Publiseringsretten dekker ikke etter sin ordlyd disse tilfellene fullt ut.

Det synes klart at det tas sikte på å regulere ”fremføring” i lovens forstand. Det er også uttrykt i tilknytning til standarddefinisjonene at publiseringsrett dekker ”fremvisning”. Begrepet sammenfaller ikke helt med begrepet ”visning” i loven, men lovens § 39h tredje ledd bruker det samme begrepet i en av bestemmelsene om datamaskinprogrammer. Det har lenge vært antatt i juridisk teori at presentasjon av digitale verk på skjerm er å anse som ”fremføring” i åndsverklovens forstand, og dette er foreslått lovfestet²⁰⁶ i 2005. Da siktemålet med utformingen av en publiseringsrett synes å være nettopp fremstilling på dataskjerm har det også liten praktisk interesse å avklare hvorvidt retten omfatter ”visning” i lovens forstand.

Det kan forøvrig pekes på at bruken av begrepet ”visningslisenser” under disposisjonsretten er egnet til å skape noe tvil om tolkningen her. Dette begrepet tar også sikte på tilgjengeliggjøring for allmennheten, men har blitt betegnet som en ”begrenset disposisjonsrett” Mye tyder på at ”visningslisenser” som begrep vil gå ut av bruk. Norsk Eiendomsinformasjon vil i fremtiden innlemme dette i publiseringsretten.

Det kan etter hvert bli en omlegging i bruken av begrepet ”publiseringsrett”, da Norsk Eiendomsinformasjon vil inkludere ”markedsretten” i samme begrep. Dette omtales i kapittel 4.7.

4.6.2 Publisering på internett

Fremføring på internett kan dreie seg om å legge ut kartdata alene, eller sammen med ulike typer informasjon som benytter kartdata som bakgrunn eller ekstrainformasjon. Eksempler kan være presentasjon av nyheter, kartbilder i nettbaserte telefonkataloger, turistkart over severdigheter og presentasjon av en bedrift. Publiseringsretten forutsetter

²⁰⁵ Kapittel 4.5.1.

²⁰⁶ Ot.prp. nr. 46 (2004-2005) s. 24.

at kart på internett ikke legges til rette for nedlasting og videre bruk. Fra de fleste nettbaserte karttjenester vil det imidlertid være mulig å ta papirutskrift.

Til privat bruk må en internetbruker kunne se på kartene og skrive dem ut til personlig bruk. I denne prosessen vil brukeren laste ned skjermbilder som rasterbilde til datamaskinens arbeidsminne. Internetbrukeren vil neppe ha rett til å foreta en varig lagring av dette. Det ville i utgangspunktet innebære en uhjemlet eksemplarframstilling. På dette punktet vil nok noen rettighetshavere være mer liberale enn andre, og det vil stille seg annerledes ved privat bruk. En kan for eksempel tenke seg at brukeren vil innlemme kartbildet i et tekstdokument til eget bruk. Dette er ikke nødvendigvis mer inngripende enn å ta en utskrift av bildet.

Publiseringsretten er ikke begrenset til internett. Den omfatter også ”annen fremføring”. Et eksempel på dette kan være informasjonssystemer for turister, eksempelvis på et hotell, der publikum ved hjelp av en interaktiv skjerm kan finne frem til restauranter og severdigheter i nærheten. Denne typen fremføring kan altså være knyttet til lokale nettverk eller en frittstående datamaskin.

Publiseringsrett forutsetter at brukeren har ervervet disposisjonsrett. Omfanget av retten må avtales i det enkelte tilfelle. Rettighetshaverne opererer med flere alternative oppdelinger av retten. Statiske kartbilder på egne hjemmesider, i form av filer i bildeformat, har av Statens kartverk vært priset med en fast engangspris, forutsatt en øvre begrensning på 1,5 millioner bildepunkter på bildefilen. Interaktive løsninger prises som regel trafikkbasert. Rettighetshaver krever da et telleverk som holder rede på hvor mange kartbilder som blir vist. Det kan for eksempel telles når tjenesten åpnes, og deretter hver gang sluttbrukeren endrer bildet med aktuelle informasjonsprodukter på skjermen, for eksempel ved adressesøk hvor hvert nye søk telles. Tellefunksjonen kan også aktiveres av å panorere eller endre målestokk i et kartbilde.

4.6.3 Analoge produkter

Når det gjelder analoge produkter deles også publiseringsretten opp tilpasset konkrete behov. Aktuelle grupper med forskjellige prismodeller er: Trykte kart, kartillustrasjoner i bøker, brosjyrer, reklame og på skilt, samt kart i aviser, ukepresse og tidsskrift.

4.6.4 Publiseringsrett for offentlige etater og "bruksrett" i Norge digitalt

Statens kartverk har tilbudt utvalgte kundegrupper fast pris på internettpublisering. Dette gjelder "offentlige etater, statlige og kommunale", samt "stiftelser og ideelle organisasjoner". Dette er for så vidt et prispolitisk anliggende, men det kan for offentlige virksomheters del ses i sammenheng med et annet rettighetsbegrep som er introdusert i 2005 i forbindelse med Norge digitalt. Innenfor dette samarbeidet er det hensikten at alle parter vil få en såkalt "bruksrett" til produktene som inngår. Det vil her være tale om en fast pris.

"Bruksretten" omfatter for det første "rett til alle former for intern bruk i egen virksomhet." Altså "disposisjonsrett". Dette samsvarer med prinsippet mellom partene i Geovekst. Poenget i forhold til publiseringsrett er at "bruksrett" også skal omfatte "rett til bruk i virksomhetens utadrettede informasjons- og veiledningsvirksomhet. Dette omfatter lovregulert informasjons- og veiledningsvirksomhet, men også annen informasjons- og veiledningsvirksomhet som er direkte knyttet til virksomhetens forvaltningsoppgaver".

Etter min mening vil den ene delen av "bruksretten" i Norge digitalt kunne omtales som en spesialavgrenset "publiseringsrett" som skal være lik for partene i samarbeidet. Dersom man velger å opprettholde skillet mellom "markedsrett" og "publiseringsrett", som i Geovekst, må "bruksretten" i Norge digitalt også kunne sies å innholde en slik markedsrett, da det må forutsettes at etatenes "utadrettede informasjons- og veiledningsvirksomhet" innebærer eksemplarfremstilling og spredning, uavhengig av om det tas betaling for eksemplarene. Uttalelser fra Norge digitalt tyder på at "bruksrett" i publiseringssammenheng vil bety at en part kan publisere egne data som den ønsker, mens "fellesdata" må publiseres bare som "død" bakgrunnsinformasjon. Den må ikke kunne kopieres eller være av en slik kvalitet at den konkurrerer med utnyttelsesmuligheter for en annen part. Til sammenligning kan det nevnes at Geovekstpartene har nedfelt i avtale at "samarbeidspartene bør ikke utvikle konkurrerende produkter".

4.7 Ny begrepsdannelse

Norsk Eiendomsinformasjon vil fra 2005 bryte med det innarbeidede begrepet ”markedsrett”. Bakgrunnen er at selskapet i sin omsetning av andre databaseprodukter har benyttet samme begrep i en betydning som til dels omfatter ”disposisjonsrett”. Det begrepet som i stedet vil bli brukt er ”publiseringsrett”. Dette er ment å sammenfatte de to omtalte begreper ”markedsrett” og ”publiseringsrett”.

Den nye publiseringsretten gir ”rett til å fremstille eksemplarer av informasjonsproduktene, samt rett til å selge eller på annen måte spre disse eksemplarene.” Det kreves da publiseringsrett for å ”fremføre informasjon fra produktene på internett eller andre allment tilgjengelige interaktive løsninger”, og for å ”vise informasjon fra produktene innenfor egen juridisk enhet i en lukket løsning, enten på et intranett eller i et saksbehandlersystem.” Praksisen hos Norsk Eiendomsinformasjon nevnes spesielt her på grunn av den relativt dominerende stilling selskapet er i ferd med å få.

Begrepsbruken jeg har pekt på her vil nok i en fase fremover skape en viss usikkerhet i markedet. Det er inngått mange kontrakter med andre definisjoner de siste ti år.

En annen faktor som kan tenkes å skape usikkerhet i bransjen er at databaser som kobles til eiendomsinformasjon ofte kommer fra fagmiljøer som har stått fjernt fra kartbransjens begrepsbruk, også når det gjelder avtaleutforming. Et eksempel er de reklamebyråer som selger adresser for direkte markedsføring. Disse er nå også leverandører til kartprodukter som kan vise lokalisering av butikker, bensinstasjoner og en rekke andre såkalte ”points of interest”.

4.8 Standardiserte rettighetsbegrepers funksjon i kartbransjen

Ved tolkning av avtaler om utnyttelse av geografisk informasjon vil rettighetsdefinisjonene primært måtte tolkes i lys av den konkrete avtale. Drøftelsen av begrepene i de foregående kapitler viser at rettighetsbegrepene bringer inn mange av de samme vurderingstemaer som følger av åndsverkloven. Dermed blir åndsverkloven og de rettskilder som knytter seg til den viktige tolkningsfaktor.

Det synes klart at formuleringen av et sett standardrettigheter har en vesentlig pedagogisk funksjon i forhold til bransjens aktører. Definisjonene fører til et forenklet

begrepsapparat som letter forståelsen av de underliggende begreper. Dette gjør det enklere og mindre kostnadskrevende å inngå avtaler i bransjen.

En effekt av begrepsdefinisjonene er at de fleste markedsaktørene vil forholde seg utelukkende til disse begrepene uten å kjenne til bakgrunnsretten. Dette leder til at en rekke tolkningsspørsmål blir avgjort uten hjelp av åndsverkloven og de tilhørende rettskilder. Det kan føre til en unødvendig rettsusikkerhet. Effekten kunne vært dempet ved å referere oftere til åndsverklovens bestemmelser i de tilfeller det gjelder samme vurderingstema. Når det ikke gjøres kan det skje en viss favorisering av større aktører fordi disse gjerne har lettere tilgang til juridisk ekspertise, noe som er et kjent fenomen i bransjer med relativt få aktører på produsentsiden.

Fremveksten av et massemarked for digital geografisk informasjon aktualiserer spørsmålet om hvilken begrepsbruk som er mest hensiktsmessig. Det kan hende at den vide utbredelsen av digitale produkter som musikk, film, litteratur og annet vil medføre en begrepsdannelse som på sikt forandrer de bransjespesifikke definisjonene. Internasjonaliseringen av handelen generelt tilsier en større variasjon av avtalevilkår. Spesielt kan begrepsbruk og avtalevilkår fra databasebransjen forventes å få økt betydning for geografisk informasjon.