



## BRUG AF FOTOS I BRANDING OG PR

Fra: Jan Larsen  
Juridisk konsulent

Må man som specialforbund eller klub anvende fotos af almindelige udøvere og tilskuere (ikke-kendte personer) i branding- og pr-sammenhæng uden personernes samtykke? Ja, i et vist omfang må man, men der er ikke frit slag.

DIF har brændt fingrene lidt, nogle specialforbund har også og for nylig kom Danmarks Radio også galt afsted. Ved at anvende fotos uden personernes samtykke. Nogle af de efterfølgende klager var berettigede, andre var ikke.

Grænserne kan ikke trækkes helt skarpt op, men et nogenlunde fast rids kan godt opstilles.

### **Eliteidrætsudøvere**

Omtalen hér vedrører *ikke* anvendelse af fotos af eliteidrætsudøvere, der i forvejen er eksponerede. Der gælder helt særlige forhold for sådanne kendte personer, og ofte vil specialforbundets eller klubbens muligheder for at brande sig via udøverne være aftalt specifikt med de pågældende udøvere.

Domstolene har i adskillige tilfælde fastslået, at eliteidrætsudøvere er beskyttet mod, at tredjemand benytter fotos af dem i kommercielle sammenhænge uden forudgående samtykke (Martin Jørgensen, kvindehåndboldlandsholdet, Paul Elvstrøm m.fl.)

PROTEKTOR  
HENDES MAJESTÆT DRONNINGEN

## **Branding og PR med ikke kendte idrætsudøvere m.v.**

For anvendelse af fotos af almindelige idrætsudøvere og tilskuere, som ikke i forvejen er eksponerede, gælder andre principper.

Der er ret fri adgang til at anvende fotos redaktionelt og journalistisk. Det er heller ikke på dette område, at der i praksis forekommer ret mange klager. Området er i øvrigt underlagt særlige regler for medieansvar og presseetik.

Reglerne er også klare nok, når det kommer til egentlig markedsføring: Anvendelse af fotos i kommerciel sammenhæng kræver altid samtykke fra de involverede personer, når de er afbildet solo eller på anden måde er fremhævede og kan udpeges, uanset om personerne er kendte eller ikke.

Når det kommer til specialforbunds og klubbers mere almindelige branding- og pr-aktiviteter bliver billedet lidt mere uskarpt. Det fritager ikke i sig selv fra samtykkekrav, at specialforbund og klubber har et almennyttigt formål. Nogle jurister vil strække markedsføringsbegrebet ret langt, så der også kræves samtykke ved kommunikation, der bare mere bredt skal fremme organisationens formål. Andre vil strække det knap så langt.

Persondataloven udgør et særskilt spørgsmål. Det kræver som udgangspunkt samtykke at bringe portrætter på nettet, mens situationsbilleder kan bringes uden samtykke, også selv om personerne er genkendelige.

DIF's anbefalinger vedrørende fotos af almindelige udøvere og tilskuere er herefter følgende:

- Fotos kan anvendes så godt som frit i journalistisk henseende. Dette gælder både offline og online. Der skal ikke meget journalistisk omtale eller reportage til. Tænk dog over, hvilke billeder der benyttes til hvilke overskrifter og hvilke artikler. Knyt eventuelt betegnelsen "Modelfoto" til anvendelsen.
- Fotos fra konkurrencer og andre aktiviteter, hvor der ikke er tale om, at enkeltpersoner er afbildet eller på anden vis er fremhævet eller centralt placeret, kan stort set benyttes frit.
- Indhent altid samtykke, når der er tale om branding eller PR for aktiviteter med et vist økonomisk præg, f.eks. invitationer til åbne idrætsarrangementer, sommerlejre m.v., hvis en person optræder solo eller er særligt fremhævet eller centralt placeret.
- Indhent for en sikkerheds skyld samtykke, hvis der er tale om fotos med børn, også når der er tale om almindeligt branding- og PR-materiale. Noget tyder på, at forældre i stigende grad søger at undgå eksponering af deres børn.
- Indhent altid samtykke, når der anvendes portrætter på nettet. Dette kræves efter dataretlige regler, dog undtaget for journalistisk stof.

Det hører med til billedet, at der som regel ikke kan rejses krav om godtgørelse, selv om et foto uberettiget har været bragt uden samtykke. Det skyldes, at der som regel ikke er nogen kommerciel værdi knyttet til en ikke-kendt persons billede.



SIDE 2 AF 3

PROTEKTOR  
HENDES MAJESTÆT DRONNINGEN

BEVÆGER DANMARK

## Ophavsretten

Til sidst: Grundlæggende skal man naturligvis have erhvervet ret fra fotografen til at benytte fotoet. Dette volder sjældent de helt store kvaler. Bemærk dog, at man skal have erhvervet ret til at benytte fotoet i den aktuelle sammenhæng, hvor det anvendes.

Men vigtigt er altså, at dette kun afklarer forholdet til fotografens ophavsret. Heri ligger *ikke*, at fotografen indestår for, hvordan fotoet i forhold til den afbillede person kan anvendes.



SIDE 3 AF 3

PROTEKTOR  
HENDES MAJESTÆT DRONNINGEN

BEVÆGER DANMARK