



ØSTRE LANDSRET
DOM
afsagt den 27. maj 2021

Sag BS-15944/2020-OLR
(10. afdeling)

F&H A/S

og

Christian Bitz
(begge v/advokat Frank Bøggild)

mod

K H Würtz v/Kasper Heie Würtz
(advokat Johan Løje)

Sø- og Handelsretten har den 25. marts 2020 afsagt deldom efter retsplejelovens § 253, stk. 2, i 1. instans (sag BS-1370/2016-SHR).

Landsdommerne Katja Høegh, Malou Kragh Halling og Nicolai Uggerhøj-Wint-her med de sagkyndige medlemmer Thomas Hagerup og Marie-Louise Ros-holm har deltaget i ankesagens afgørelse.

Påstande

Appellanterne, F&H A/S og Christian Bitz, har vedrørende K H Würtz v/Kasper Heie Würtz' oprindelige påstand 1 a og 3, jf. påstand 1 a, nedlagt påstand om afvisning, subsidiært frifindelse.

Vedrørende indstævnte, K H Würtz v/Kasper Heie Würtz', påstande 1 b-e , 2, 3, jf. påstand 1 b-e, 4 og 6 har F&H A/S og Christian Bitz påstået stadfæstelse, subsidiært frifindelse.

Endvidere har F&H A/S og Christian Bitz nedlagt påstand om, at skønsmanden for Sø- og Handelsretten, Susse Fischer Gulmann er inhabil, og at hendes skønserklæring af 15. juni 2019 skal udgå af sagen.

K H Würtz v/Kasper Heie Würtz har påstået stadfæstelse for så vidt angår påstand 1 a og 3, jf. påstand 1 a, og har i øvrigt gentaget sine påstande for Sø- og Handelsretten som følger:

1. F&H A/S og Christian Bitz forbydes at sælge og markedsføre, herunder importere og eksportere, herunder udlevere til sine kunder eller kunders købere, følgende produkter benævnt BITZ stellet i alle farvevarianter.
 - b. De i bilag 88 gengivne produkter
 - c. De i bilag 89 gengivne produkter
 - d. De i bilag 90 gengivne produkter
 - e. De i bilag 91 gengivne produkter
2. F&H A/S og Christian Bitz pålægges at tilbagekalde eventuelt solgte eller udleverede eksemplarer af de af påstand 1 omfattede produkter fra sine forhandlere, konsignationshavere og andre der formidler salg af disse varer på F&H A/S og Christian Bitz' vegne, herunder brochurmateriale og andet markedsføringsmateriale, der viser de af påstand 1 omfattede designs fra sine forhandlere.
3. Christian Bitz pålægges at fjerne alle henvisninger til de i påstand 1 b-e anførte produkter fra offentligheden, herunder fra alle hans instagram profiler og Facebook profil.
4. Det lager af de af påstand 1 omfattede produkter, som måtte forefindes i F&H A/S og Christian Bitz' besiddelse, beslaglægges og destrueres for deres regning.
6. F&H A/S og Christian Bitz tilpligtes at offentliggøre konklusionen af og landsrettens bemærkninger til den afsagte dom i et landsdækkende livsstilsmagasin på passende måde og med gengivelse af hele dommens konklusion uden kommentarer.

K H Würtz v/Kasper Heie Würtz har vedrørende F&H A/S og Christian Bitz' påstand vedrørende skønsmanden for Sø- og Handelsretten påstået afvisning, subsidiært frifindelse.

Supplerende sagsfremstilling

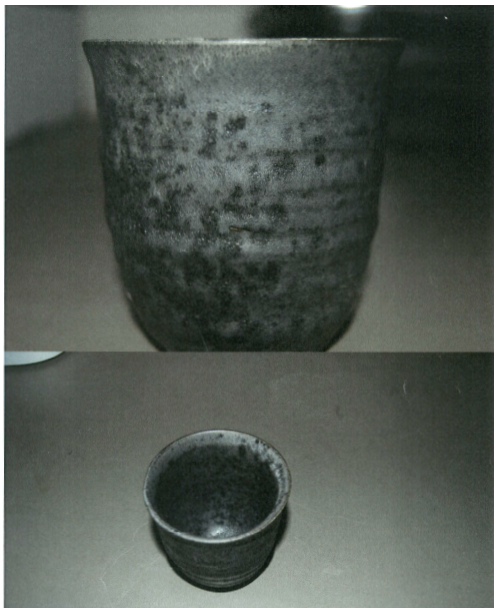
Würtz' produkter

Der er for landsretten enighed om, at Kasper Heie Würtz ("Würtz") før F&H A/S ("F&H") og Christian Bitz indledte processen, der førte til Bitz-stellet, har skabt det såkaldte Skjalm P-stel og solgt det gennem køkkenudstørsforretningen, H. Skjalm P., i København. Endvidere har Würtz skabt et stel, som sælges i Illums Bolighus. Parterne er enige om, at Illum-stellet ikke skal indgå ved krænkelsesvurderingen. Der er ligeledes enighed om, at Würtz ikke har skabt et "restaurationsstel", men at Würtz har solgt gråspættede middagstallerkener med bred fane til en række high-end restauranter, herunder Noma og Fru Larsen, forud for processen, der førte til Bitz-stellet.

Der er uenighed om, hvorvidt Würtz forud for Bitz-stellet har bragt en sort middagstallerken med bred fane, en grøn middagstallerken med bred fane, en sort og en gråspættet frokosttallerken med bred fane samt en sort skyrskål til offentlighedens kundskab på et tidspunkt og på en måde, som kan begrunde, at der vil kunne statueres krænkelse efter ophavsretsloven og/eller markedsføringsloven.

Til belysning heraf har parterne navnlig henvist til følgende:

Den 19. december 2010 sendte Würtz til en Henrik på hb@masai.dk en mail med "billede af glasurprøve til dine ting ..." med følgende fotos:



I en mailkorrespondance mellem Robert Nilsson fra Grand Hotel i Lund og Würtz har Würtz i en mail den 22. marts 2011 vedhæftet blandt andet følgende fotos:



I en anmeldelse på www.gastropassion af 12. februar 2013 om besøg på Fru Larsen i december 2012 vises blandt andet følgende fotos:



I en mail af 20. september 2012 fra Würtz til Bjørn Svensson er blandt andet vist følgende sorte tallerken med bred fane, som ifølge en anden mail fra Würtz måler 11,5 cm:



Signaturbogen om restaurant Noma med fotos af gråspættede Würtz-middagstallerkener med bred fane er udgivet i 2013.

I en mail af 1. november 2014 fra Würtz til Aage Würtz med overskriften "Tallerken m/fane, noma, sigmar, fru Larsen" og angivelse af blandt andet "Create Date: 2013-12-20 ... Width: 31.0 cm Memo Vådmål. Fane 4 cm bund ca. 22 cm" vises blandt andet følgende foto:



Der er fremlagt udskrift fra en auktionsside om resultatet af en auktion afholdt af auktionshuset, Wright den 2. november 2017 over inventar, stel, glas mv. fra restaurant Noma og et tilhørende auktionskatalog. Der er ikke heri vist sorte

tallerkener med bred fane, men der er vist gråspættede middagstallerkener med bred fane.

I en mail af 12. juni 2020 har Birgitte Friis fra Fru Larsen til en overstreget modtager oplyst, at hun og hendes mand har købt tallerkener hos Würtz fra 2012 og "... gråmeleret har vi kun haft i den størrelse og den farve, og haft den siden starten – 2012".

Der er yderligere fremlagt:

- Faktura af 15. august 2012 til Restaurant Viva fra Würtz om blandt andet 20 stk. "Tallerken sort, ny model" og faktura af 6. september 2014 fra Würtz til Restaurant Holding "Zotman & Co.", som blandt andet omfatter "Deep plate 6, beige/offwhite Black shade", "Plate 20 ... 1/5 Black" samt forudgående korrespondance mellem Anne-Mette Würtz og Restaurant Holding "Zotman & Co." i juni-juli 2014
- Anmeldelser af Fru Larsen den 19. januar 2017 på bloggen "Signes Mad" og den 14. maj 2016 i Jyllands-Posten samt skærmpoint fra 2021 fra restaurantens Facebookprofil og fra dens hjemmeside i årene 2012-2015 med fotos af Würtz' keramik
- Udskrifter fra 2021 fra Kasper Würtz og Aage Würtz' instagramprofiler med fotos af Würtz-keramik
- Udskrifter fra H. Skjalm P.'s og fra Illums Bolighus' hjemmeside fra 2021
- Mailkorrespondance fra den 8. marts 2021 mellem Illums Bolighus og en overstreget modtager om grøn Würtz-keramik, hvoraf fremgår, at den grønne keramik udgik af sortimentet for 3 år siden, og det "var en farve som uden lukket var lavet til os i begrænset antal, og når de enkelte dele var solgt, kunne vi ikke få mere" samt udskrift fra Facebook fra Illums Bolighus den 16. marts 2018 med fotos af grøn Würtz-keramik
- Udaterede artikler i Gentl & Hyers, Schöner Wohnen og i The Loft Magazine med omtale af og fotos af Würtz-keramik, herunder grønne skåle
- Udateret udskrift fra hjemmesiden sigmarlondon.com med fotos af blandt andet Würtz-skåle i sort glasur
- Fotos af Würtz' produktionsproces og video herom (sidstnævnte afspillet under hovedforhandlingen)

Bitz-produkter

Der er for landsretten yderligere fremlagt fotos af prøver på keramik fra Dragonwind International Ltd. og et bilag med skærmpoint, som viser datering af en del af de pågældende fotos. Würtz har bestridt dateringen.

Nedenfor er de pågældende fotos gengivet:

17. april 2015





29. april 2015



Juni 2015 (30. juni ifølge skærmpoint vedrørende et af de pågældende fotos)



Juli 2015





29. oktober 2015



Følgende keramik er efter det af F&H og Christian Bitz oplyste fremvist hos Dragonwind International Ltd. i november 2014 for Kaare Dehn, som har taget de viste fotos:



Der er endvidere yderligere fremlagt en video om fremstillingsprocessen vedrørende Bitz-produkterne, som også er afspillet under hovedforhandlingen.

Yderligere om Würtz- og Bitz-produkterne

Der er for landsretten fremlagt yderligere fotos af produkter fra Würtz henholdsvis Bitz, sammenstillingsfotos og lister med angivelse af forskelle mellem Würtz- og Bitz-produkterne. Der er endvidere af hver af parterne fremlagt lister over Würtz- og Bitz-produkter med angivelse af frembringelsestidspunkt.

Andet angående tvisten

Der foreligger vedrørende Christian Bitz' besøg i Würtz' værksted i 2016 en mailkorrespondance af den 8. - 16. februar 2016 mellem ham og Anne-Mette Würtz.

Parterne har henvist til en "undersøgelse af porcelæn på emballage" fra Kantar Gallup, som Coop A/S indhentede til brug for den retssag mellem K H Würtz v/Kasper Heie Würtz og Coop Danmark A/S, der blev afgjort ved Højesterets dom af 18. december 2018, gengivet i U.2019.1109. Det fremgår, at undersøgelsen er foretaget den 14.-16. februar 2017, og at målgruppen for undersøgelsen var repræsentativt udvalgte svarpersoner landet over på 18 år eller derover.

Der deltog 561 personer i undersøgelsen, hvor svarpersonerne fik forevist to fotos af Irmas emballage til grødris, hvor Würtz' skål var anvendt på det ene foto, og hvor en anden mørk skål var anvendt på det andet. Det fremgår af undersøgelsens delkonklusioner blandt andet, at ingen af svarpersonerne uhjulpent kunne navngive Würtz som producent af Würtz-skålen. Uhjulpent anførte 28 % af svarpersonerne, at Christian Bitz var producent af skålen (fra Würtz), mens 13 % uhjulpent angav Christian Bitz som producent af den anden mørke skål. Uden hjælp kendte ingen af svarpersonerne Würtz som et mærke inden for stentøj, porcelæn og keramik, mens 8 % kendte Bitz. Hjulpent kendte 1 % Würtz og 13 % Bitz.

Würtz har den 16. marts 2021 anlagt sag ved Sø- og Handelsretten mod F&H og Christian Bitz med påstand om forbud mod salg og markedsføring mv. af andre lyse/cremefarvede Bitz-produkter end dem, som denne sag angår.

Sø- og Handelsrettens deldom er omtalt i artikler i Bo Bedre, Jyske Vestkysten og BT den 26. marts 2020.

Der er afspillet uddrag af en radioudsendelse, hvori både Kasper Heie Würtz og Christian Bitz blev omtalt.

Under hovedforhandlingen har F&H og Christian Bitz fremlagt udskrifter fra Zotman-restaurantkædens instagramprofiler med fotos af sorte Würtz-tallerkener med smal fane (restauranterne Zotman & Co. og Madame Wong) og oplysning om, at der ikke ses sorte Würtz-tallerkener på instagramprofilerne for restauranterne, Haggis Pub & Kitchen, Zotman Pizza Pie og Pâté & Co.

Andre produkter

Der er fremlagt yderligere materiale om andre keramikprodukter, herunder en artikel den 11. november 2014 i Bolig Magasinet, HouseDoctor katalog 2015 af 3. februar 2015, en artikel den 20. februar 2015 i Bo Bedre og en artikel i Elle den 24. april 2015. Af Bo Bedre artiklen fremgår:

”Det autentiske, det rustikke, det skæve, det uperfekte. 1970'ernes lidt tunge keramik og stentøj fik for alvor en rennæsance i 2014. Det startede med, at restauranterne dækkede op med det, og så kom det med stormskridt ind i vores private hjem. Og bølgen ruller videre ind i 2015. Det behøver ikke at være fra de etablerede kunsthåndværkere, kunsten er at finde små, ukendte lokale navne, som eksperimenterer og skaber unikaer - så man får noget, ingen andre har. Noget, der kommer direkte fra drejebænken eller hænderne. Noget, der har sjæl. Design fra Unika-K.”

Der er over teksten vist følgende foto:



Desuden er der fremlagt fotos af:

- Produkter fra Lov i Listed og skærmbilleder fra Gurli Elbækgaards instagrampofil (fra 2014-2015)
- En række skærmbilleder fra dba.dk af annoncer om udateret keramik fra Saxbo, B&G, Eslau, Palshus, Porsgrund, Arne Bang samt vedrørende Ruska-stellet fra Arabia

Skønsmanden for Sø- og Handelsrettens habilitet

Ved kendelse af 25. februar 2019 tog Sø- og Handelsretten stilling til F&H og Christian Bitz' indsigelse mod udmelding af Susse Fischer Gulmann som skønsmand. Indsigelsen var navnlig begrundet med, at hun på LinkedIn havde delt et opslag foretaget af advokat Johan Løje om, at "Kasper Würtz vinder i Højesteret ...", som angik Højesterets dom gengivet i U.2019.1109 i sagen mellem Würtz og Coop Danmark A/S. Det hedder i kendelsen:

"Retten finder, at der ikke foreligger omstændigheder, som er egnede til at rejse tvivl om den fuldstændige upartiskhed for Susse Fischer som skønsmand. Det forhold, at hun på sin LinkedIn profil som en ud af efter det oplyste 1562 personer tilknyttet sagsøgerens advokat på i øvrigt neutral vis har delt et opslag om en sag, som advokat Løje har ført for sagsøgeren i Højesteret, og som har almen interesse for branchen, kan ikke føre til, at Susse Fischer må anses for inhabil. Det, som sagsøgte i øvrigt har anført, kan ikke føre til et andet resultat."

Efter hovedforhandlingen i Sø- og Handelsretten protesterede F&H og Christian Bitz mod, at skønsmanden blev tillagt salær for afhjæmningen. Protesten var begrundet med, at skønsmanden efter F&H og Christian Bitz' opfattelse groft havde overskredet sine beføjelser samt skabt en sådan tvivl om sin fuldstændige upartiskhed, og om hun er påvirket af uvedkommende hensyn, at hun ikke var berettiget til honorar. Sø- og Handelsretten tog stilling til protesten ved retsbog af 21. april 2020, hvori retten anførte:

"Skønsmandens medvirken angår den del af sagen, som retten har afsluttet ved deldom af 25. marts 2020 med undtagelse af sagens omkost-

ninger, som der først tages stilling til ved sagens endelige afslutning. På denne baggrund og under hensyntagen til karakteren af sagsøgtes indvendinger beslutter retten herved at godkende honorarindstillingen på 20.044,50 kr. til Susse Fischer. Beløbet betales foreløbigt og inden 14 dage af sagsøgeren.”

Ingen af de to afgørelser er kærret eller søgt kærret.

Skønsmanden for Sø- og Handelsretten, Susse Fischer Gulmann, har endvidere ”liket” et opslag advokat Johan Løje lagde ind på LinkedIn om deldommen, hvori han blandt andet skrev, at ”KH Würtz får medhold i, at F&Hs Bitz service er en kopi af KH Würtz velkendte og kreative design!”.

Under telefonmøde med parternes advokater den 31. august 2020 har landsretten taget stilling til en af F&H og Christian Bitz nedlagt påstand om, at skønserklæringen og skønsmandens forklaring skulle udgå af dommen, jf. retsbog af samme dato. Landsretten tog ikke påstanden til følge.

Ved indledningen af hovedforhandlingen har landsretten taget stilling til den nu nedlagte påstand om, at skønserklæringen skal udgå af sagen. Det fremgår herom af retsbog af 14. april 2021:

”Retsformanden bemærkede om F&H A/S og Christian Bitz påstand angående skønsmanden for Sø- og Handelsretten, at stort set samme påstand blev drøftet i telefonmøde den 31. august 2020, hvor landsretten bemærkede:

”... skønserklæringen og forklaringen fra skønsmanden, Sussie Fischer, indgår i dommen. Sø- og Handelsretten har endvidere ved kendelse af 25. februar 2019 taget stilling til en inhabilitetsindsigelse fra appellanterne. Sø- og Handelsretten besluttede ikke at tage indsigelsen til følge og udmeldte Sussie Fischer som skønsmand. Spørgsmålet om inhabilitet har på ny været rejst af appellanterne i forbindelse med fastsættelse af honorar for afhjæmning af skønsmanden i Sø- og Handelsretten, hvor appellanterne gjorde gældende, at skønsmanden som følge af sine udtalelser under hovedforhandlingen måtte anses for inhabil og derfor havde fortabt honorar. Sø- og Handelsretten tog ikke indsigelsen til følge og tillagde ved retsbog af [21]. april 20[20] skønsmanden salær for afhjæmningen.

Landsretten finder, at der ikke nu kan træffes bestemmelse om, at skønserklæringen og forklaringen fra skønsmanden under hovedforhandlingen skal ”udgå” af dommen. Appellanterne kan eventuelt anmode om nyt syn og skøn ved en ny skønsmand og herved henvise til, at der er forhold, som rejser tvivl om den tidligere udmeldte skønsmands fuldstændige habilitet. Landsretten må i så fald tage stilling hertil, herunder om appellanternes indsigelse mod skønsmandens habilitet som anført af indstævnte er for sent

fremSAT og i øvrigt ubegrundet. Appellanterne kan endvidere under hovedforhandlingen gøre gældende, at skønsmandens erklæring og forklaring ikke bør tillægges vægt – hvilket landsretten så må tage stilling til i sin dom.”

Der er ikke af F&H og Christian Bitz anmodet om nyt syn og skøn.

Retsformanden oplyste, at landsretten forud for retsmødet har drøftet spørgsmålet og fortsat finder, at der ikke under anken kan træffes bestemmelse om, at skønserklæringen skal ”udgå” af dommen – eller nu af sagen. Påstanden herom tages derfor ikke til følge. Landsretten forstår imidlertid påstanden og anbringenderne til støtte herfor således, at F&H A/S og Christian Bitz også gør gældende, at landsretten ikke bør tillægge skønsmandens erklæring vægt, hvilket landsretten herefter vil tage stilling til i sin dom.”

Under proceduren har F&H og Christian Bitz anført, at de fastholder påstanden om, at skønserklæringen skal udgå af sagen.

Skriftlig vidneerklæring

Vidnet Stella Fu har forud for sin forklaring under hovedforhandlingen afgivet følgende skriftlige erklæring af 10. april 2021:

Side 1

“ ...

3 This witness statement has been prepared on the basis of interviews
 4 which the law firm Kromann Reumert (Frank
 5 Bøggild and Emma Marie Jespersen) have conducted with me over
 6 the last couple of weeks by video conferences. My state-
 7 ment has in all respects been provided voluntarily and it expresses
 8 my candid recollection and opinion on the circumstances
 9 described herein. I had planned to travel to Copenhagen this month to
 10 give evidence before the Danish High Court, however,
 11 the covid 19 pandemic made my tour quite complicated which is why
 12 I have instead agreed to prepare this witness statement

8

9 As basis for my statement I have received, among other things, ex-
 10 hibits 57, 59, 62, L, M-O, Q-S, AS, BØ, CA-CE
 11 and CT, and I have been asked particularly to account for the cir-
 12 cumstances in 2014/2016 related to the development of
 13 certain plates, bowls and cups/mugs referred to as "the Bitz concept"
 which I feel comfortable to do as I was personally involved
 in this process and thus have first-hand knowledge about.

13

14 **BACKGROUND**

15 I am a Taiwanese citizen and a resident of Taiwan. I am 59 years old
 and hold a university diploma. After graduating
 16 I worked for Karstadt Warenhaus GmbH (department store chain in
 Germany) and Neckermann (mail-order company in Ger-

17 many) which are both in the same group, as merchandiser in hardware department (porcelain, tabletop, gift and furniture) for
 18 more than 6 years. I was then headhunted by Metro Buying Group (one of the leading wholesale groups with headquarters in
 19 Germany and subsidiaries in Europe and Asia) as Office Manager in Taiwan where I for more than 18 years was responsible
 20 for the whole office dealing with hardware (porcelain, glass, decoration, tabletop, furniture) and software (garment/textile).
 21 From 2010-2018 I was Vice President of Dragonwind International Ltd, located in Hong Kong. I still have relations to Dragon-
 22 wind, but since late 2018 only as a part time consultant. As Vice President my main area of responsibility was the merchan-
 23 dising team (porcelain, tabletop, glass, cutlery, decoration, furniture etc.) I reported to Dragonwind's CEO, Mr. David Shih and
 24 acted in many ways as his right hand."

Side 2

" ...

2 Dragonwind is a subsidiary owned by the TMC Group. The TMC Group was established in 1972 2 in Taiwan and has
 3 subsidiaries in Germany, UK, France, HK, China, and Cambodia and approximately more than 400 employees. Dragonwind
 4 was established in 1986 in Hong Kong and extended with a liaison office in Guangzhou, China, in 2016 to get closer to the
 5 factories and to set up an extended arm to serve customers. Dragonwind specialises in a variety of product categories such
 6 as porcelain, home appliances, tabletop, kitchen gadgets, household, electronics, shoes, homeware, decoration, etc. For al-
 7 most a half-century Dragonwind and its cooperating factories have developed and manufactured tableware, including plates,
 8 bowls and cups made of china and stoneware.

9
 10 Dragonwind works with numerous factories which manufacture the products that Dragonwind sources to interna-
 11 tional customers. GaoChun Ceramics is one of the main suppliers specialized in reactive glaze. It was established in 1958
 12 and is partly owned by the government. GaoChun has several factories and employs over 700 workers.

13
 14 Dragonwind has worked with the F&H Group since its establishment in 1986 and before that F&H worked with
 15 the TMC Group for many years with the purpose of developing brands and products and finding suitable manufacturers of
 16 porcelain sets and kitchen utensils. For instance, we have assisted in the development of the brands Anders Petter, Cook &
 17 Baker, Funktion, Invite, Holms Deli, Kloverblad, Blomsterberg, Marie Sohl, Rosti etc.

18
 19 I am perfectly aware that certain part of the Chinese industry is notorious for copying and imitating European design
 20 but Dragonwind is certainly not part of that industry, and in our cooperation with F&H we have never before received an

21 accusation of copyright infringement. In fact, the cooperation be-
 22 tween Dragonwind and F&H has always been very innovative
 23 and conscious about not copying any third parties' products and de-
 24 signs.

23 DEVELOPMENT OF THE BITZ CONCEPT

24 In October/November 2014, Kåre visited Dragonwind in Hong Kong
 25 with the sole purpose of discussing the devel-
 26 opment and manufacturing of a dinner set in bone china and
 27 stoneware that could be manufactured at relatively low costs. F
 28 & H and Christian Bitz wanted a plate with a wide rim and a small
 eating section based on Christian Bitz' studies of people
 eating less and healthier, the smaller the plate is. Based on the de-
 scription and idea, we discussed the possibility to make use
 of the STRATO set which was developed in 2010 by Dragonwind in
 cooperation with our German Office, TMC International"

Side 3

"1 GmbH who holds the "Ventuno" brand. The STRATO set was made
 2 of fine bone china porcelain and 1 first presented at the
 3 2011 Spoga Fair in Cologne, Germany, and later same year at the Am-
 4 ambiente fair in Frankfurt, Germany where Kåre Dehn had
 5 become acquainted with it.

6 Kåre and I - and a couple of my colleagues - also discussed glazing at
 7 our meetings in October/November 2014.
 8 We were informed that the "back to nature" style with natural colours
 9 and raw materials was starting to shape the trend in
 10 Scandinavia. Therefore, F&H wanted to use reactive glaze in different
 11 colours that could be mixed and matched. At this point
 12 in time, Dragonwind already had knowledge and experience with
 13 stoneware with reactive glaze from cooperation with other
 14 companies, as reactive glaze stoneware had been used in Japan for
 15 centuries and especially had become the trend again in
 16 Japan and subsequently followed in European countries like UK and
 17 France. Therefore, it was not difficult for us to identify
 18 previous styles which we believed would come fairly close to F&H's
 19 initial ideas and which could form the basis for the
 20 development of a new concept.

21 We showed Kåre photos and physical samples of various products
 22 manufactured by Dragonwind's partners, includ-
 23 ing the black plate with a reactive glazing included in Exhibit BØ
 24 [Binders volume 4, page 1786]. This black plate had been
 25 manufactured by the MeiBo facility for the purpose of customers in
 26 Japan. Kåre instantly responded that the look was too
 27 shiny which I actually already had figured out myself as the Scandi-
 28 navian expression is well-known to be much quiet and less
 29 flashing.

30 In December 2014, F&H informed us that they had decided that the
 Bitz set was to be produced in the colours

21 cream, blue, green and grey, as this would reflect the Scandinavian trend with stoneware in mainly nature colours and with
 22 structured glazing. As I will account for below, F&H later in the process decided to deselect the blue colour and instead opt
 23 for an anthracite/black colour.

24

25 Based on F&H's ideas and wishes, we contacted the Chinese manufacturer of stoneware, GaoChun Ceramics as
 26 they for decades had produced texture-glazed stoneware for i.a. the European and Japanese market, also in matt black, grey
 27 and cream colours. F&H decided to use GaoChun Ceramics as the main manufacturer of Bitz stoneware, because GaoChun
 28 had extensive knowhow concerning reactive glaze stoneware, even in matt/dull glaze which F&H preferred over the shiny"

Side 4

"1 Meibo glazing shown to F&H in October/November 2014. F&H decided to use a different factory to 1 produce the Bitz set in
 2 bone china as GaoChun's prices on bone china were too expensive compared to what was commercially interesting.

3

4 In December 2014 we received a couple of emails from Poul-Erik Brandt of F&H with a link to the website
 5 khwurtz.dk/showcase/. This was the first time I learned of Würtz. My colleagues and I understood the link to be an example of
 6 the idea with a reactive glazing in matt, natural colours. As far as I recall, only a very limited number of products were shown
 7 on the website and the information available on the website was not interesting nor relevant from a supplier/manufacturer's
 8 point of view. However, the website worked fine as a reference to the matt glaze effect which F&H had asked for and which
 9 until then had been difficult to understand because of our different understandings/meanings of terms like "reactive glaze" and
 10 "iron spread effect".

11

12 At no time did Dragonwind or GaoChun or anybody else involved in the development process receive or see any
 13 physical samples of Würtz' products. Obviously, I can only speak for myself in this respect, so this statement is made "to the
 14 best of my knowledge". However, given my heavy involvement in the process and based on my conversations with my col-
 15 leagues at the time and for the purpose of providing this statement, I am absolutely convinced that this statement is correct.

16 In fact, even today I believe that I have never seen or touched a physical Würtz product.

17

18 In February 2015, Dragonwind sent F&H and Christian Bitz different products received from GaoChun. The prod-
 19 ucts did not have the desired expression, and in the following two months F&H, Dragonwind and GaoChun continued the
 20 product development and used a lot of time and failed attempts to find the right colours and glaze for the Bitz set. As part of

21 this work and these discussions, Kåre also visited Dragonwind's Of-
 fice in Hong Kong.

22

23 In April 2015 Dragonwind received the first samples of the Bitz
 products from GaoChun, see Exhibit CA [Binders
 24 volume 4, page 1473]. F&H was not satisfied with these samples
 which F&H viewed as far too spotted and with too many
 25 contrasts to mirror the trend and to meet the taste of Danish con-
 sumers. Therefore, we continued to work on the glaze and
 26 colours. In late April 2015, Kåre visited Dragonwind again and was
 presented with the latest samples, cf. Exhibit CB [Binders
 27 volume 4, page 1481]. While the samples were still too spotted in
 Kåre's view, the glazing at the bottom of the samples was"

Side 5

"1 at least close to acceptable, and Kåre therefore used the glaze on the
 bottom of the samples to explain 1 how he wanted the
 2 glaze to look like.

3

4 In June 2015 GaoChun sent new samples to F&H, see Exhibit CC
 [Binders volume 4, page 1485], and in F&H's
 5 view, the samples of the green and grey sets were now almost as re-
 quested. Again, the blue colour samples did not turn out
 6 as F&H wanted and was therefore deselected and replaced by the an-
 thracite/black colour. To show an example of a workable
 7 matt anthracite/black glazing, Poul-Erik Brandt sent us a photo of a
 black plate [Exhibit 59, Binders volume 5, page 1805] on
 8 6 July 2015.

9

10 After additional tests and ongoing dialogue about colours and glaz-
 ing, GaoChun made some new samples which
 11 Dragonwind sent to F&H in July 2015, see Exhibit CD [Binders vol-
 ume 4, page 1489]. On this basis F&H found the result
 12 acceptable and therefore approved the glazing. Shortly after, I be-
 lieve in September 2015, GaoChun started producing the
 13 Bitz set.

14

15 During the production of the samples in the beginning of July 2015,
 GaoChun discovered that the rim (i.e. the outer
 16 edge) of the Bitz plates in stoneware collapsed after being burnt in
 the larger furnaces. Originally the width of the rim was
 17 identical with the STRATO set which was produced in fine bone
 china only, but due to different burning methods and materials
 18 the rim on the plates in stoneware began to bend or even collapse
 completely after burning. Therefore, in July 2015 GaoChun
 19 recommended to reduce the width of the rim from approx. 50 mm to
 approx. 40 mm. F&H accepted that the design necessarily
 20 had to be adjusted in keeping with qualities and to ensure that the
 stoneware plates could at all be technically produced.

21 Because F&H and Christian Bitz wanted to market the Bitz dinner set
 as a "mix and match" set with different colours and

22 materials, it was decided to adjust the rim not only on the stoneware plates but also on the fine bone china plates.

23

24 In late October 2015, Kåre and purchasing assistant Henriette Oldrup visited GauChun as they wanted to inspect
25 the productions and facilities in China. At this point in time, several Bitz products were already produced. Unfortunately, the
26 glaze on some of these products were in the customer's opinion not consistent with the samples approved earlier by F&H as
27 the glaze was more spotted than the approved samples. Accordingly, during the inspection Kåre was only prepared to approve
28 the shape of the plates, not the glaze, see Exhibit CE [Binders volume 4, page 1515]. The main reason for the differences was"

Side 6

"1 certain production-related matters. However - as we also told Kåre - when using stoneware, the weather, 1 burning temperature
2 and placement in the oven may have an impact on the glaze and structure and it is therefore inevitable that there will be certain
3 differences between each product regardless of the attempt to make all products alike. Therefore, F&H also decided not to
4 discard the products already produced although they were too spotted compared to the result that they wanted. Thus, the
5 products were supplied and brought on the market. This is why a number of the initial Bitz products were more spotted than
6 the final version that is still being manufactured as of today by GaoChun.

7

8 Since December 2015 we have continued to improve the Bitz' products and continuously made small improvements.

9 Therefore, there might be differences between Bitz' products from the first production batches compared to the later batches.

10 This is completely normal and a part of a product development process and especially when working with reactive glaze in
11 large quantities.

12

13 I am aware that my witness statement will be submitted to the Danish High Court case as evidence. As I consider

14 my statement to be true and adequate, I am of course prepared to stand by my statement and answer additional questions

15 when examined orally by video conference on 15 April 2021."

Forklaringer

Kaare Dehn, Christian Bitz og Kasper Heie Würtz har afgivet supplerende forklaring. Camilla Christensen, Stella Fu, Thomas Blixenkroner, Poul-Erik Brandt og Tommy Friis har endvidere afgivet forklaring.

Kaare Dehn har vedstået sin forklaring for Sø- & Handelsretten med følgende præciseringer: Det første møde mellem F&H og Christian Bitz fandt sted i september 2014, og ved det andet produktmøde fremviste Christian Bitz nogle teg-

ninger lavet af hans kæreste. Bitz' tallerkener er en kopi af Strato-stellet med enkelte justeringer. Bitz-stellets farver er valgt på baggrund af F&H's trendmateriale fra blandt andet Fashion Snoops, der er et trendbureau og ikke et konsulentfirma. Hos Dragonwind International Ltd. viste de ham glasurpaletten, som var fra en af de fabrikker, som Dragonwind International Ltd. samarbejder med. Han tegnede Bitz-kruset med inspiration fra et andet stel end Strato, men som er fra samme leverandør, og inspirationen til suppeskålen kom fra Eslau. Alle emner er fremstillet af ler, men drejet i en rollermaskine. Glaseringen foregår ved, at keramikken dyppes i en balje med glasur, og herefter sprøjtes der nister på med automatiserede dysser. Han godkendte de endelige prøver fra Kina i juli 2015 henholdsvis oktober 2015. Retteligt henviste de i F&H Dragonwind International Ltd. til at se på Würtz' hjemmeside, fordi der på det tidspunkt kun var få keramikere, der havde gode billeder på deres hjemmeside.

Kaare Dehn har supplerende forklaret blandt andet, at han har været med til at forfatte F&H og Christian Bitz' sammenfattende processkrift for så vidt angår den del, der vedrører tilblivelsen af Bitz-konceptet, og han har kontrolleret og kan bekræfte de dateringer, der fremgår heri. Der kan være enkelte steder, hvor tidsfæstelsen ikke er helt præcis, men han kan bekræfte, at hele forløbet var, som det fremgår. Han kan også bekræfte, at det var ham, der tog de fotos, som fremgår af det under hovedforhandlingen udleverede bilag DT med skærmpoint med datering af de tidligere indleverede fotos.

F&H er blandt andet kendt for mærkerne Rosti, Morsø, Södahl og Blomsterbergs. F&H er et såkaldt brandhouse, hvor 50 % af virksomhedens samlede forretning kommer fra egne brands. F&H er derfor vant til at være på rettighedshaverside. Med Bitz-stellet ønskede de at ramme en trend, som var karakteriseret ved jordfarver, det uperfekte og ru overflader. Den trend havde de set både hos Fashion Snoops og et tilsvarende dansk trendbureau, som begge viser fremtidige trends 18-24 måneder, før trenden slår igennem. F&H modtager Fashion Snoops rapporter 8 gange om året, hvilket koster ca. 100.000 kr. årligt. F&H har brugt disse rapporter meget, også mange år før Bitz-stellet blev lanceret.

Bitz-konceptet blev lanceret med 41 produkter, hvoraf de 15 var af stentøj (5 produkter i 3 farver), 7 produkter i porcelæn, og resten var glas mv. I dag har de 460-500 varenumre i Bitz-konceptet. Bitz-stellet er udviklet af Christian Bitz og F&H i fællesskab, herunder af ham selv og Poul-Erik Brandt, til dels i samarbejde med eksterne designere, som har tegnet skitserne færdige. Farverne gav sig selv som følge af Fashion Snoops' anvisninger om grøn, blå, grå og sort. Den første idé fra Christian Bitz var den tre-opdelte tallerken, som de dog i F&H vurderede ville være "for meget". Herefter introducerede Christian Bitz dem for idéen om en mindre spiseplade, som var baseret på forskning, der viser, at man spiser mindre, hvis tallerkenens spiseplade er mindre. Den mindre spisepla-

de passede med tallerkenerne i Strato-stellet, som de i F&H længe havde været interesseret i at anvende. Skyrskålen tog også udgangspunkt i Strato-stellet.

Han var på forretningsrejse til Asien i oktober/november 2014, hvor han så et stel med sort reaktiv glasur som vist på de fremlagte fotos dateret i november 2014 af blandt andet en tallerken med sådan glasur. Det var blandt andet det stel samt nogle messebesøg i Kina, som sporede dem ind på den reaktive glasur. Tanken var formmæssigt at kopiere Strato-stellet i designet af et stentøjsstel, selvom stentøj er anderledes at fremstille end porcelæn. På dette tidspunkt havde Würtz endnu ikke været nævnt i processen, og hans produkter blev siden alene nævnt som en henkastet bemærkning, da de begyndte at arbejde med reaktiv glasur. Han har ikke selv haft fysiske Würtz-produkter til rådighed ved udviklingen af Bitz-stellet, men F&H har haft en enkelt Würtz-tallerken stående i sit prøverum sammen med mange andre tallerkener og produkter. Han har ikke bedt om eller aftalt med Poul-Erik Brandt, at Dragonwind International Ltd. skulle henvises til Würtz' hjemmeside. Han har ikke reageret på de mails, hvor han var cc. Mailen af 19. december 2014 fra Poul-Erik Brandt til Dragonwind International Ltd. med henvisning til Würtz' hjemmeside og tekst om, at det var svært at skaffe prøver, har han ikke drøftet med Poul-Erik Brandt forud for afsendelsen. Kort efter sendte Poul-Erik Brandt endnu en mail, hvoraf fremgår, at der ikke vil blive sendt prøver, hvilket formentlig er sket efter en drøftelse med vidnet. De plejer ikke at sende prøver på andres produkter, og på daværende tidspunkt var de meget langt med deres design. At han skrev i mailtråden af 19. december 2014 til Poul-Erik Brandt, at de skulle lave deres egne farver, skyldtes, at de da allerede havde drøftet og besluttet, hvilke farver de ville anvende. Udover de nævnte mails er der sendt flere end hundrede mails til leverandøren, som ikke omtaler Würtz. Poul-Erik Brandt er indkøbschef i F&H, og han kan være lidt "hurtig på aftrækkeren", men det er vidnet, der i sidste ende bestemmer. Der har ikke på noget tidspunkt været sendt eller fremvist noget Würtz-design for Dragonwind International Ltd. Det er rigtigt, at Poul-Erik Brandt sendte et foto af en sort Würtz-tallerken til Dragonwind International Ltd. den 6. juli 2015, men det var på et tidspunkt, hvor de allerede havde fået tilfredsstillende prøver på Bitz-stellet i forskellige farver (blå, grøn og grå), jf. de fremlagte fotos taget den 30. juni 2015, bilag CC. Han tror ikke, at den sorte Würtz-tallerken fra prøverummet, som Poul-Erik Brandt sendte et foto af, er købt med henblik på udviklingen af Bitz-stellet, men den har under alle omstændigheder ikke spillet nogen rolle i vidnets udvikling af konceptet. Han ved ikke, om han har set den pågældende Würtz-tallerken i perioden fra midten af 2014 til midten af 2015.

Han rejser typisk til Kina på forretningsrejse 3-4 gange om året. Bitz-stellet var ét blandt flere udviklingsprojekter. Deres første drøftelse med Christian Bitz fandt sted i september 2014, og i februar 2016 blev stellet introduceret på markedet. Det tog længere tid end forventet på grund af problemer med at komme i

mål med glasuren. Han tog en række fotos af forskellig glasur i oktober 2014, hvor han var på messe i Kina og med Dragonwind International Ltd. på besøg på blandt andet GauChun-fabrikken. Formålet var at finde den rigtige glasur. Fotoet af nogle prøver med henholdsvis hvid og spættet grå glasur bilag CA, er fra april 2015, hvor processen var sat i gang. Prøverne var langt fra den glasur, som de gerne ville have, men fotoet skulle illustrere, at de nu var i gang, og tillige deres idé om "Mix & Match". Fotoet af en spættet tallerken, bilag CB, er taget ultimo april 2015, hvor fabrikken havde lavet nogle præciseringer. Fotoet, der viser underdelen af en tallerken, repræsenterede den form for spættethed, som de gerne ville opnå. I juni 2015 så de første gang prøver på stellet, jf. de fremlagte fotos, bilag CC, hvor det var tæt på det, de ønskede. Den meget gråspættede tallerken, man kan se i midten på to fotos, var dog stadig langt fra at være i orden. Den foreviste sorte tallerken med reaktiv glasur, der svarer til, hvad man kan se på hans fotos fra efteråret 2014, bilag BØ, er en tallerken, som F&H har fået fabrikken til at fremstille på ny, eftersom fotoet er fra oktober 2014, og de ikke længere kunne finde den fotograferede tallerken. F&H var tilfreds med glaseringen på de prøver, som de fik i juli 2015, og som man kan se på fremlagte fotos fra juli 2015, bilag CD. Fotoet, hvor deres produkter er vist sammen med en Ruska underkop, illustrerer den mathed i glasuren, som de hos F&H gerne ville have i Bitz-stellet. I oktober 2015 var han på besøg på fabrikken, hvor formen nu var i orden, mens glasuren stadig ikke var helt på plads. Det er baggrunden for det foto, hvor der bag på en tallerken er anført "shape 29/10-15". Det betyder, at formen, men ikke glasuren er godkendt. På det tidspunkt havde de formindsket bredden af tallerkenens fane set i forhold til Strato-stellet, idet stentøjet faldt sammen under brændingen med den brede fane. I oktober var produktionen gået i gang, og de første produkter var mere spættede end forventet. Det blev rettet relativt hurtigt, men produkterne gik alligevel i handelen.

Hvordan krystallerne, der giver det spættede udtryk, påføres Bitz-stellet, er en fabriks hemmelighed, som han derfor heller ikke selv har fået lov at se udført. Han har fået fortalt, hvordan processen foregår, men de måtte ikke se og filme den. Marie Sohl er deres eget mærke, og de fremlagte sorte tallerkener har de produceret til Bilka. Den meget lyse, grå tallerken, der fremgår af F&H og Christian Bitz' sammenfattende processkrift, ved han ikke, hvornår er produceret. Tallerkenen er leveret til deres fotograf i midten af 2020. Det var administrerende direktør i F&H, Knud Lomborg, der var på besøg på restaurant Fru Larsen, jf. mailkorrespondancen herom. Han ved ikke, om det var efter aftale med advokat Frank Bøggild. Han var klar over, at besøget fandt sted. Det cremefarvede Bitz-stel kom på markedet i foråret 2020. De drøftede farven helt tilbage i 2014, men den blev valgt fra af forskellige årsager. Han ved ikke, fra hvilket stel eller i øvrigt hvorfra de to fremviste Würtz-kopper i grå og sort kommer. Han har aldrig set de produkter, som i F&H og Christian Bitz' sammenfattende processkrift er karakteriseret som "irrelevante". Han synes ikke, at de ligner Würtz'

øvrige Skjalm P- eller restauranttallerkener, idet der er en helt anden fane, glasurendtryk og spætning. Hertil kommer, at Würtz' restauranttallerkener er 29 cm i diameter, og den afbildede tallerken er noget mindre. Han har ikke kunnet finde sorte Würtz-tallerkener med brede faner på restaurant Vivas hjemmeside.

Christian Bitz har supplerende forklaret, at han rettelig kun har leveret opskrifter til "Feast-appen". I de TV-programmer, hvori han medvirker, har han ingen indflydelse på hvilke stel, der bliver brugt. Han aflønnes af F&H med royalty. Hans mission med Bitz-stellet var at komme med helt ind ved danskernes spisebord og direkte påvirke deres måltidsvaner i overensstemmelse med sit sundhedskoncept. Han var mest optaget af det sundhedsmæssige under udviklingen af stellet. Würtz-produkterne har ikke spillet en rolle i udviklingen af Bitz-produkterne. Han så en tallerken fra Merci-butikken i Paris og sendte spontant et foto heraf til F&H, fordi han syntes, at det var en "fed" tallerken. Han kunne godt være den designer, som Poul-Erik Brandt henviser til i sin mail af 19. december 2014 til Dragonwind International Ltd. Han har ikke direkte henvist til Würtz i forbindelse med designet, og han har ikke udleveret noget produkt fra Würtz til hverken F&H eller fabrikken i Kina, som han først besøgte et år efter, at hans stel var blevet lanceret. Han var til møde med F&H dagen efter sit besøg hos Würtz, og han fortalte, at han havde købt en række produkter som gave til sin kæreste. Gaverne, som var pakket ind, forblev i bilen under mødet.

Som man kan se, har han på sin instagramprofil et foto (bilag 39), der viser alle de produkter, han købte hos Würtz. Han fik ikke udleveret yderligere produkter fra Würtz under besøget, hverken til et TV-program eller til et andet formål. Fotoet fra hans profil af en grøn tallerken og et bestiksæt viser en prøve, som endnu ikke var det færdige produkt. Det kan man se ved, at fanen er bredere end på den endelige tallerken. Han har omkring 1.500 opslag på sin instagramprofil i perioden 2012-2016, hvoraf Würtz har valgt at fremlægge 60-70 opslag. Ud af disse opslag er der kun tre fotos, hvor han blander Würtz-stel og Bitz-stel. De fremlagte fotos er ikke gengivet kronologisk og flere af dem er gengangere. Efter Bitz-stellet er kommet i handelen, er der ikke længere nogen fotos på hans profil, hvor han blander stellerne.

Han har ingen viden om, hvordan man på fabrikken påfører krystallerne på glasuren, udover at det sker ved hjælp af en dyse. Han ved ikke, hvorledes variationerne opstår, men mener, det kan have sammenhæng med, hvor produkterne bliver placeret i ovnen, og hvordan dysen påfører krystallerne.

Han var på besøg både i Kasper Würtz' private hjem og i det nye værksted, hvor de så på ovne og var i hans showroom. Han husker ikke Würtz' showroom som specielt stort, men der stod enkelte genstande og prøver. De var desuden i det gamle og mindre værksted, hvor der var mange produkter. Da han lavede sin tredje kogebog, kendte fotografen Kasper Würtz, og derfor brug-

te de nogle få Würtz-tallerkener i kagebogen, som Kasper Würtz kom forbi med. Han mener, at han har købt de fremviste to sorte og to grå krus på værkstedsbesøget hos Würtz. Han følger ikke Kasper Würtz på instagram, men har set hans profil i forbindelse med sagen her. Det cremefarvede Bitz-stel blev lanceret i foråret 2020.

Kasper Heie Würtz har supplerende forklaret, at han rettelig kun har lavet og leveret gråspættede tallerkener med bred fane til restauranten Fru Larsen. Han huskede forkert, da han i Sø- og Handelsretten sagde, at han havde leveret en sort middagstallerken med bred fane. Han har leveret andre sorte produkter til Fru Larsen, som stort set kun har Würtz-produkter i restauranten. Det er rigtigt, at der findes et Skjalm P-stel, og han har senere også lavet et yderligere stel specielt til Illums Bolighus. De lidt runde kopper, som fremgår af de første fotos af "relevante" produkter i F&H og Christian Bitz' sammenfattende processkrift, er fra Illums Bolighus-stellet, og han har aldrig i denne sag påberåbt sig dette stel. Kopperne er derfor ikke relevante. Der findes ikke et decideret "restaurationsstel", og det er derfor en misforståelse, når Sø- og Handelsretten taler om et sådant stel.

I perioden 2009-2014 var han i kontakt med ca. 150 restauranter. Han udviklede specifikke produkter til hver restaurant på grundlag af en nærmere dialog med fremsendelse af prøver. Det var alt fra bredfanede tallerkener til lysestager. Fotoet af den lille sorte tallerken i mailkorrespondancen med Bjørn Svensson er fra en dialog med den pågældende svenske kok på en Michelin-restaurant, som var interesseret i hans produkter. Når man tager fotos af keramik, ser tallerkerne typisk lidt buede ud, og det pågældende foto, bilag 105, er som forklaret af en flad sort tallerken. Han sendte ofte fotos af prøver eller produkter, der stod i hans værksted. Han har og havde også dengang produkter, der går igen, heriblandt de tallerkener, der var kendt fra Noma, og som andre kokke meget gerne vil have og gerne i forskellige størrelser. Alene til Thomas Hermann lavede han 5-6 forskellige fanebredder. Den brede fane har han brugt siden 2006. Mailen til hans far sendt den 1. november 2014 med overskriften "Tallerken m/fane, noma, sigmar, fru Larsen" angiver såkaldte vådmål. Keramik svinder ca. 10-12 % ved brænding, så målene bliver mindre på det færdige produkt. Han sendte mailen til sin far for at have en fælles reference. Han havde downloadet en app "Pottering notes" til den type noteringer, men anvendte den kun et par gange. Der findes ikke et fast mål på en restauranttallerken, som i øvrigt ikke er et begreb, han bruger. Når folk genbestiller hans tallerkener, tager han gerne et eksemplar af tallerkenen med hjem og måler den op, så det bliver samme størrelse. Den foreviste sorte tallerken med bred fane har formentlig taget udgangspunkt i noget, som Thomas Hermann har bestilt. Han kan personligt bedst lide tallerkener uden fane, men der er efterspørgsel efter tallerkener med faner, så derfor har han også produceret disse tallerkener. Bitz-tallerkenen er på størrelse med Skjalm P-tallerkenen. Han brugte også den sorte glasur på taller-

kenes med bred fane i 2006. Den grønne glasur blev lavet til Noma i 2008-2009, og herefter har han lavet variabler af den. Han laver gerne en række variabler med forskellig glasur, som kunderne kan vælge imellem. Tommy Friis fra Fru Larsen har været på besøg for at købe nye produkter i hvert fald en gang om året, hvilket er meget typisk for restaurantkunderne. Et af de fotos, der fremgår af mailkorrespondancen med Robert Nilsson, bilag 104, viser blandt andet en tallerken med en bred fane og sort glasur. Det grålige i tallerkenen kan skyldes en temperaturforskel under brændingen. De nævnte fotos er taget på hans daværende værksted. Han har siden skiftet værksted to gange. Han har stadig prøver stående på sit værksted, men i mindre omfang.

Fakturaen til Viva er et eksempel på, hvorledes hans fakturaer typisk ser ud. Den anførte tallerken benævnt "sort, ny model" kan være bredfanet, men man kan dog ikke se det ud af fakturaen. Den hvide "tallerken 101" er bredfanet. De fotos, der fremgår af advokat Johan Løjes brev fra februar 2016 angående F&H og Christian Bitz' krænkelser, er af Skjalm P-tallerkenes, som allerede befandt sig på advokat Johan Løjes kontor som følge af Coop-sagen. Bitz-tallerkenene på de pågældende fotos var indkøbt af advokat Løjes kontor. Efter hans opfattelse er det udtrykket på hans produkter, der er krænket, og det afgørende element er glasuren og ikke så meget formen.

Han oprettede sin instagramprofil i 2014, men bruger den ikke meget. Han lavede kun et enkelt opslag sidste år fra værkstedet og "postede" herudover enkelte gange for en restaurant i London. Det var først en gang i maj 2015, at han viste Skjalm P-stellet på sin profil. Han har ikke haft fokus på at få sine produkter på instagram. Den gule skål, som Christian Bitz købte, har ikke været offentliggjort nogen steder af ham. De af modparten fremviste to grå og to sorte krus har han ikke solgt som Skjalm P-stel. De er fra Illums Bolighus-stellet. Han har skabt yderligere stelserier til udlandet. De to grønne tallerkenes på fotoet fra hans instagramprofil viser den glasur, som han har brugt på sit stel. Han husker ikke, hvornår artiklen med overskriften "Discover Danish Ceramics – The Art of Plating" er fra.

På mødet den 17. februar 2015 så Christian Bitz både hans gamle og nye værksted, hvor der begge steder stod meget keramik fremme. Han troede, at Christian Bitz kom på grund af Nordisk Films ønske om at anvende hans service i et program med Christian Bitz og Holm. Han gav derfor Christian Bitz en del produkter med, som skulle indgå i programmet, da han var klar over, at kokke gerne ville forberede sig. Christian Bitz fik desuden en variant af Skjalm P-tallerkenen med, og han husker helt bestemt, at han også gav Bitz en sort tallerken med.

Kähler brugte Würtz' keramik i deres markedsføring, hvilket var grunden til, at han kontaktede Käblers direktør, som derefter gerne ville lave et projekt sam-

men med ham. De holdt et møde, hvori også Camilla Christensen deltog. De drøftede muligheden for at lave et nyt stel sammen. Det blev ikke til noget, da han syntes, at processen gik for hurtigt.

Kaare Dehn ringede til ham i 2016, efter at advokat Johan Løje havde sendt det første advarselsbrev. Kaare Dehn sagde, at han skulle lade sagen ligge, og at al den keramik, der stod i showrooms i Kina, lignede Würtz' keramik. Han fortalte også, at F&H allerede havde fravalgt en creme/hvid glasur, fordi den lignede Würtz-produkterne for meget.

Han havde indgået en aftale med Coop om, at de ikke skulle anvende Würtz' produkter i deres markedsføring, så Coop-sagen drejede sig primært om kontraktbrud. Under proceduren udtalte Frank Bøggild specifikt henvendt til ham, "at der er 28 %, der genkender dine ting som Bitz, så det synes jeg, du burde bekymre dig om." Glasuren på Bitz' stel består af nogle granulater, der vil flyde ud på samme måde, uanset hvor de placeres i ovnen. Det må derfor være udtryk for et aktivt valg, når der er forskel i glasurens spætning. Skjalm P-koppen, der fremgår af side 2 i F&H og Christian Bitz' sammenfattende processkrift, er ikke en typisk Skjalm P-kop, da den er for spættet til, hvad han normalt ville tillade markedsført. Den tallerken, man kan se på det sammenfattende processkrift side 3, har også for meget granulat. Han tjekker ikke aktivt, om der er faldet glasur af bunden på hans produkter, som det fremgår af tallerkenen fra Fru Larsen på side 4 i det sammenfattende processkrift.

Den sorte middagstallerken med bred fane er fremstillet før 2014-2015. Den har stået på hans værksted, og han har desuden lavet oplæg til mere end 180 restauranter, hvori den også er indgået. Han har ikke direkte markedsført den pågældende sorte tallerken, men den har stået på værkstedet, og den er solgt til forskellige restauranter, herunder blandt andet til den russiske Zotman Hotel Group, på et tidspunkt mellem 2012 og 2014. Zotman Hotel Group købte mellem 60 og 80 tallerkener. Han har ikke hørt fra dem siden, men han går ud fra, at selskabet stadig findes. Han fik kontakten til Zotman via en kok fra Geranium. Han har ikke kontaktet Zotman i forbindelse med denne sag. Som det fremgår af fakturaen af 6. september 2014 fremlagt under hovedforhandlingen købte Zotman meget – i alt 18 forskellige typer af produkter, herunder flere tallerkentyper. Den sorte middagstallerken med bred fane er formentlig produkt nr. 4, 5 eller 20 i fakturaen. Der var før købet fire russere på hans værksted, hvor de så på forskellige modeller og valgte, hvad de ønskede. Han lavede også nogle skitser til dem, som han ikke har gemt. Den mailkorrespondance, der er fremlagt om købet, svarer til, hvordan han typisk kommunikerede med kunder på det tidspunkt. Der kom en vognmand og hentede produkterne og fakturaen. Han har set Zotmans instagramprofiler igennem, og der er mange af de produkter, de købte, som der ikke er fotos af. Der er andre, der også har købt en til-

svarende sort tallerken med bred fane, men han kan ikke med sikkerhed huske navnene. Han har vist den pågældende tallerken til mange restauranter.

Den foreviste sorte frokosttallerken med bred fane har stået på hans værksted, men har aldrig været i handlen. Den foreviste grå frokosttallerken med bred fane husker han ikke, hvem han har solgt til. Den foreviste grønne middagstallerken med bred fane har han ikke solgt, men den har stået på hans værksted, og han har markedsført den over for restauranter. Heller ikke den foreviste sorte skyskål har han solgt.

Christian Bitz gik under besøget selv rundt og valgte de ting, han gerne ville købe, så den sorte middagstallerken med bred fane blev ikke som sådan fremvist for ham. Han kontaktede i forbindelse med ankesagen Tommy Friis fra Fru Larsen, som oplyste, at han ikke, som han ellers havde troet, havde solgt den sorte tallerken til dem. Han har ikke kunnet finde nogle fotos af den sorte middagstallerken med bred fane, heller ikke den tilsvarende sorte frokosttallerken. Hovedparten af de produkter, han har lavet gennem tiden, har han ikke taget fotos af. Fra 2006 til 2015 har de på værkstedet produceret mellem 10-15.000 emner i alle mulige former og modeller om året, hvor de mest har haft fokus på glasurerne grå, sort og hvid. På nuværende tidspunkt har han nok 500 - 600 forskellige produkter stående, som han ikke har dokumentation for.

Han oplever tit, at folk tror, at hans ting er fra Bitz-stellet. Han blev eksempelvis lykønsket af sin svigerfamilie i Schweiz for at være begyndt at levere til et møbelhus. Der var tale om Bitz-produkter. Der kom også en fragtmand forbi for 4 uger siden og spurgte efter at have kigget rundt i værkstedet, om det var ham, der leverede til Bitz.

Camilla Christensen har forklaret, at hun siden august 2020 har været Head of Product Development & Purchasing hos Thuesen Jensen A/S, som er et datterselskab til F&H. Hun har tidligere været ansat i 10 år hos Kähler Design A/S med ansvar for design og udvikling. Hun er uddannet cand. ling. merc fra CBS. Hendes rolle hos Kähler var at kontakte forskellige designere, som kunne udvikle produkter for Kähler, og etablere kontakt med mulige producenter. Hun var med til at udvikle Kähler-serien Ombria. Hos Kähler mente man omkring 2015, at der manglede stentøj med reaktiv glasur i virksomhedens sortiment. På daværende tidspunkt så man en tendens i tiden, hvor forbrugeren søgte tættere på naturen. Trenden inden for keramik var autencitet, håndværk, farver, naturlighed, stoflighed og lokal forankring. Farverne var midnatsblå, lys grå, creme-farvet og støvet grøn. Man kan ikke sige, at der var én bestemt designer, der havde udviklet den trend, heller ikke Würtz. Det var en del af en tidsånd, og man så den samme tendens inden for andre materialer.

Hun var i dialog med Würtz i begyndelsen af 2015. Det passede med trenden, og det var sædvanligt for Kähler at samarbejde med kunsthåndværkere. Som udgangspunkt var der en gensidig interesse i et samarbejde, men projektet strandede i foråret 2015. Kähler ønskede at lancere et stel senest i foråret 2016, for det gjaldt om at være først med en serie inden for den nye trend. Würtz kunne ikke imødekomme de tidsmæssige krav, og de oplevede heller ikke den fornødne gejst hos ham, så Kähler valgte derfor at gå videre med en anden designer, Anders Arhøj, som man havde haft et godt samarbejde med tidligere, og som også anvender reaktiv glasur. Anders Arhøj var med på at lave et "fast track"-projekt, og det lykkedes at få den af ham designede Ombria-serie lanceret den 20. januar 2016, selvom de først var begyndt at udvikle på det i september 2015. Kähler havde også en indledende dialog med flere andre designere, der havde et tilsvarende udtryk, herunder WOW design, Karin Blach Nielsen og Gurli Elbækgaard. Kähler fik en henvendelse fra Würtz vist nok i efteråret 2016 om, at Ombria krænkede Würtz' produkter. Det er hendes klare opfattelse, at Ombria ikke er bare tilnærmelsesvist tæt på Würtz' design.

Stella Fu har vedstået sin erklæring af 10. april 2021 og har yderligere forklaret blandt andet, at samarbejdet med F&H om udviklingen af Bitz-stellet begyndte i november/december 2014. Projektet er fortsat i udvikling, da kunden er meget nyskabende og fortsat ønsker at bringe nye produkter på markedet. De leverede de første godkendte produkter til F&H i begyndelsen af 2016. I slutningen af 2015 blev produkterne sendt fra fabrikken. Det var i forhold til deres sædvanlige udviklingsproces en lang proces, da de normalt kun bruger tre måneder på at gå fra idé til produktion. Kaare Dehn besøgte dem mere end 10 gange fra begyndelsen af projektet, og til stellet var i produktion. Hun deltog i alle møder med Kaare Dehn. Han ville have både porcelæn og stentøj, som skulle "mixes og matches". De valgte at samarbejde med fabrikken GaoChun, fordi denne fabrik var specialiseret i reaktiv glasur og desuden havde omfattende erfaring med at eksportere sådanne produkter til det japanske marked. Hun kendte kun en smule til trenden "back to nature", da Kaare Dehn kontaktede hende. Skandinavien var langt fremme med denne trend, som dog også har været en del af traditionen i århundreder i Japan. Der sås også en tilsvarende trend i Kina, men kun hos velhavende personer.

Hun talte ikke med Kaare Dehn om Würtz, og hun kendte ikke til Würtz, før hun modtog en mail fra Poul-Erik Brandt med en henvisning til Würtz' hjemmeside. Dragonwind International Ltd. er en tysk virksomhed, så de kender til det nordiske marked, men Würtz havde de aldrig hørt om. Efter at have modtaget mailen så hun på hjemmesiden og brugte i den forbindelse Google Translate til at oversætte. Hun så primært på de fotos, der var på hjemmesiden, da der var begrænset produktinformation. Det var hjælpsomt, men i begrænset omfang, da man ikke kan udvikle produkter kun ved at se på fotos fra en hjemmeside. Hun var usikker på, hvad det var for et glasurudtryk, F&H ønskede, og

det var hun også, efter hun havde besøgt Würtz' hjemmeside. Hun modtog aldrig et fysisk Würtz-produkt. Hun er ret sikker på, at heller ingen af hendes medarbejdere modtog et Würtz-produkt. Det ville hun i så fald som deres chef have fået at vide. Hun kan dog ikke være fuldstændig sikker.

Forevist foto med datering i april 2015, bilag Q, kan hun oplyse, at det er fra Canton-messen. Enten Kaare Dehn eller Poul-Erik Brandt tog fotoet i april 2015. Dragonwind International Ltd. tog også efterfølgende deres eget foto af de nævnte produkter. Fotoet af de tre tallerkener i henholdsvis hvid, lyserød og rød er af nogle prøver, som blev lavet til F&H i februar 2016. Fotoet af den sorte og blankspættede tallerken er taget den 3. november 2014 i deres kontor i Hong Kong. Kaare Dehn besøgte dem og fik vist blandt andet dette eksemplar, som er fra en af deres leverandører til brug for det japanske marked. Hun ved ikke, hvornår tallerkenen er produceret, men den stod på deres kontor. Fotoet af bagsiden af en tallerken, hvorpå der med håndskrift står "shape, 29/10-15" og en underskrift, er blev taget på fabrikken under et besøg af Kaare Dehn, hvor han godkendte formen på tallerkenen, men ikke glasuren, som var for spættet. De fotos fra april 2015, bilag CC, der viser flere stelprøver, er taget på F&H's kontor, hvortil prøverne var sendt frem til godkendelse i slutningen af april 2016. Den spættede grå tallerken var det første eksemplar, de sendte i april 2016, det andet blev sendt i juni. Hun vil derfor tro, at F&H har taget fotoet som dokumentation. De nye eksemplarer var mindre spættede. Fotoet, bilag CD, som viser tallerkener og skåle i de tre endelige stelfarver, er taget af Dragonwind International Ltd. i deres showroom den 23. juli 2016. De tager altid et foto af de eksemplarer, de sender til kunden. Fotoet med tre tallerkener, hvorpå der står en brun Ruska underkop, må være taget af F&H, men de tre tallerkener kommer fra Dragonwind International Ltd. Hun kan bekræfte, at glasurprøverne, der er vist på et foto, bilag S, kommer fra en fabrik i Kina, som laver high-end glasur. Fotoet må være taget af F&H, da det er fra Canton-messen i april 2015. Prøverne skulle kun illustrere de forskellige farvemuligheder, da man altid kan lave en glasur mat.

F&H er en stor kunde hos dem. De fleste designs kommer fra F&H, men Dragonwind International Ltd. assisterer også i udviklingen af nogle brands som eksempelvis Blomsterbergs og Rosti. Da Kaare Dehn besøgte Dragonwind International Ltd. i 2014 - 2015 drøftede de hver gang Bitz-stellet, men de talte også om andre projekter. Poul-Erik Brandt deltog også i nogle af møderne i Kina sammen med Kaare Dehn. Hun ved ikke, om Kaare Dehn og Poul-Erik Brandt i den forbindelse også besøgte andre producenter og fabrikker. Kaare Dehn og Poul-Erik Brandt har aldrig besøgt GaoChun-fabrikken i Kina, uden at der samtidig har deltaget nogen fra Dragonwind International Ltd.

Forevist mail fra Poul-Erik Brandt af 6. juli 2015 har vidnet forklaret, at hun modtog det heri viste foto af en Würtz-tallerken, fordi F&H ønskede at anvende

antracit-sort i stedet for blå som en af de tre stelfarver, og da de i Dragonwind International Ltd. ikke helt forstod, hvad det var for en farve eller glasur, F&H ønskede, modtog de dette foto. Fotoet hjalp dem ikke meget. Det var ikke meningen, at fotoet skulle vise den spættede glasur. Dragonwind International Ltd. begyndte at levere det hvide Bitz-porcelæn til F&H næsten samtidig med stentøjs-stellet. De første eksemplarer, de producerede af stentøjsstellet, var for spættede, men F&H besluttede alligevel at beholde produktionen og lade den gå i handelen. Hun husker ikke størrelsen af denne produktion, men den var begrænset.

Thomas Blixenkroner har forklaret, at han er retaildirektør i Imerco, hvor han har haft ansvaret for indkøb de sidste 10 år. Han er uddannet inden for servicefaget og har været i branchen siden 1999. Han har ansvaret for Imercos varesortiment, hvor hovedopgaven er at lede Imercos indkøbere i den rigtige retning. De fremviste produkter betegnes "table top" i branchen, hvilket omfatter både stel, bestik og glas. Imerco er landsdækkende med 167 butikker og en stor webshop. Deres nærmeste konkurrenter er Kop & Kande, Bahne og desuden high end-butikker som Magasin, Illums Bolighus mv. Illums Bolighus er et sted, hvor mange brands gerne vil være repræsenteret, da det højner deres niveau. I den sammenhæng er Imerco mere "the bad guys". H. Skjalm P. og lokale keramikere er ikke konkurrenter.

De har i Imerco været meget traditionelle og har derfor typisk markedsført hvidt porcelæn. Han deltog på Canton-messen i 2012 og 2014, hvor man kunne se, at der begyndte at ske noget på glasurområdet. Samme trend fremgik af blandt andet House Doctors design. Imerco ledte efter noget lignende. I 2014-2016 kom Royal Copenhagen med en mat glaseret blå og sort tallerken. Da de så F&H, som har været gode til at bruge "mini-celebrities" til at lave stel, lancere en "Mix & Match"-borddækning med mat glasur, var de begejstrede. Da Gastro-tallerkenene kom på markedet med endnu flere farver, gik det endnu stærkere. Folk drages mod farverne. Broste og House Doctor var også begyndt at lege lidt med "Mix & Match", men det, der var interessant for dem, var, at priserne på Bitz-stellet var, så alle kunne være med. En middagstallerken fra Bitz koster 99 kr. og en frokosttallerken ca. 79 kr. hos Imerco.

Han anser ikke Würtz for en konkurrent til Imerco på grund af prisforskellen. Han kendte ikke selv navnet Würtz eller produkterne før denne sag. Würtz-produkterne henvender sig ikke til Imercos kundesegment. Han mindes ikke at have hørt om, at Bitz-stellet i Imercos butikker er blevet forvekslet med Würtz-produkter. Imerco markedsfører Bitz-produkterne med fokus på den kendisfaktor, som Bitz repræsenterer.

Det er leverandørerne, der leverer de fotos, der fremgår af Imercos hjemmeside (web-shop). Imerco modtager en fil med fotos fra leverandøren. Disse fotos bli-

ver ikke nødvendigvis vedligeholdt. Det sker typisk kun, hvis varen har skiftet kode, eller hvis leverandøren selv ønsker at skifte foto. Det er ikke noget, Imerco selv holder øje med. Imerco.dk er et udstillingsvindue også for leverandøren.

Der er en variation i Bitz-tallerkenernes glasur, men han kan ikke huske, hvor stor en forskel der var på de først producerede tallerkener med hensyn til grad af spætning set i forhold til dem, der produceres i dag. Men der var, som han husker det, en forskel for så vidt angår den grå tallerken, hvorimod den sorte og grønne ikke har skiftet udtryk.

Han har ansvaret for samarbejdsaftalerne med F&H, der er en af Imercos gode samarbejdspartnere. Han vil af konkurrencemæssige årsager ikke udtale sig om, hvorvidt F&H er Imercos største kunde. F&H-produkterne står nok for 20-25 % af Imercos omsætning. Imerco køber varerne af F&H og får dem ikke i kommission. Om der er returmulighed afhænger af de konkrete aftaler.

Poul-Erik Brandt har forklaret, at han er indkøbschef hos F&H, hvor han ad to gange har været ansat i i alt 25 år. Han er handelsuddannet. Han har ikke tidligere været involveret i så omfattende et projekt, som Bitz-konceptet er blevet. Han var med fra starten, da Christian Bitz kontaktede F&H. Han og F&H's anden kommercielle direktør havde derefter et møde med Christian Bitz for at vurdere, om de skulle gå videre med et samarbejde. Christian Bitz havde oprindeligt den idé, at de skulle lave en tre-delt tallerken, men Kaare Dehn og han vurderede, at en sådan ikke var kommerciel interessant. Han og Kaare Dehn kendte Strato-stellet fra Dragonwind International Ltd. og havde længe syntes, at det var et smukt stel, som de gerne ville bringe på markedet i Danmark. Det opfyldte endvidere Christian Bitz' ønske om en lille spiseflade. Han og Kaare Dehn havde allerede på det tidspunkt set de første tendenser, der pegede på, at reaktiv glasur ville blive en trend, og Christian Bitz ønskede, at de skulle følge tendensen "back to nature", hvilket også stemte overens med de input, de i 2014 fik fra blandt andet Fashion Snoops. Omkring oktober 2014 tog konceptet form. Han havde på daværende tidspunkt aldrig hørt om Würtz. Han mener, at Würtz første gang blev nævnt på et møde i slutningen af november 2014. Han kan ikke huske, om det var Kaare Dehn eller Christian Bitz, der først nævnte Würtz, men de deltog alle i mødet. Det fyldte ikke meget. De drøftede også blandt andet mærkerne Ruska og Serax som inspiration. Han så på Würtz' hjemmeside efter mødet. Han drøftede den ikke med Kaare Dehn.

Årsagen til, at han henviste til Würtz i sine mails, var, at det var en nem måde at forklare Dragonwind International Ltd. og fabrikanten om den ønskede match på glasuren. Det var også årsagen til, at han henviste til hjemmesiden med fotos. Han tror ikke, at der fandtes en Ruska-hjemmeside, som han på samme måde havde kunnet henvise til. De første eksemplarer, de modtog fra fabrikken,

var alt for blanke i glasuren. Kaare Dehn er den, der i sidste ende bestemmer, men han godkender typisk ikke de mails, vidnet sender. Kaare Dehn var cc på den mail, han sendte den 19. december 2014 til Owen Wu, hvori han skrev, at Bitz ("designeren") havde inspirationen fra Würtz, og at det ikke er nemt at skaffe prøver ("samples"). Owen Wu var Dragonwind International Ltd.'s toholder på samme niveau, som han selv var. Han kan ikke forklare, hvorfor han nævnte ordet "samples" i sin mail, men han har formentlig skrevet sådan for at "træde vande", for normalt sender de aldrig prøver af andres design til deres leverandører. På daværende tidspunktet kiggede han ikke i prøverummet, om de havde noget stående fra Würtz. Efter at have drøftet det med Kaare Dehn skrev han den efterfølgende mail om, at de ikke ville sende prøver afsted. Han har ikke sendt Würtz-produkter til Kina og har ikke kendskab til, at andre har gjort det. Der er heller ikke blevet medbragt Würtz-produkter i forbindelse med besøg. Det var alene for at illustrere matheden, at han henviste til Würtz' hjemmeside, eftersom "billeder siger mere end tusind ord". Det fremgår også af hans mail til Dragonwind International Ltd. af 9. januar 2015. Han prøver altid at skrive enkelt og bruge simple engelske ord, når han kommunikerer med kinesiske leverandører for at undgå misforståelser. Det var samme budskab, blot med flere ord og en bedre formulering, der fremgår af den mail, han sendte den 1. juni 2015 til Gerstenfeldt & Co. A/S. På det tidspunkt undersøgte han mulighederne for at få Bitz-stellet produceret hos andre, herunder blandt andet Gerstenfeldt, fordi Dragonwind International Ltd. stadig var et stykke fra det endelige produkt. Det ville være derfor være bedst at have et alternativ. Han havde da en reel bekymring for, at de ikke kom i mål med Dragonwind International Ltd. Når han nævnte Würtz' stil i mailen til Gerstenfeldt, mente han både trenden "back to nature", matheden og farverne, men ikke det spættede udtryk. De havde på det tidspunkt besluttet sig for at benytte formerne i Strato-stellet. Når han i mailen af 3. juni 2015 til Patty Chang og Cindy Zhang beder dem om at gå ind på Würtz' hjemmeside og sende "better fotos of equal items/decoration", drejer det sig igen om, at de her kan se den ønskede matte glasur. Han vil gerne have dem til at vise, om de kunne levere den matte glasur, da deres virksomhed var kendt for at bruge reaktiv glasur. At han også nævner, at de bør komme så tæt på Würtz' kvalitet og farver som muligt, er blot en kluntet/simpel formulering af det samme, som han skrev til Gerstenfeldt i mailen af 1. juni 2015. Udtryksformen skyldes, at han nu skriver til en kinesisk virksomhed. Hans mail af 17. juni 2015 til Patty Chang var også udtryk for, at han undersøgte, om der var andre virksomheder, som kunne opfylde F&H's krav til glasuren.

Årsagen til, at han sendte et foto af Würtz' sorte Skjalm P-tallerken i mailen af 6. juli 2015 til Dragonwind International Ltd., var, at de på dette tidspunkt var nået frem til, at de i stedet for den blå farve ønskede sort antracit som den tredje stelfarve. Tallerkenen, som kom fra F&H's prøverum, skulle blot illustrere den ønskede farve. Prøverummet er et meget stort rum fyldt med forskellige prøver fra forskellige producenter. Det var ikke en tallerken, der var indkøbt til brug

for udviklingen af Bitz-stellet. Han vidste ikke, at tallerkenen var i prøverummet, og han husker ikke, om han vidste, at det var en Würtz-tallerken, da han tog den. Det handlede om at finde den korrekte farve. De havde ikke tidligere sagt specifikt til Dragonwind International Ltd., at der skulle produceres i farven sort antracit. Sort var dog med som en mulighed fra starten, ligesom creme- og bronzefarvet også tidligere havde været i spil. Det var ham, der tog et foto af tallerkenen på sit kontor. Han har ikke haft denne tallerken med til møder om projektet eller i øvrigt benyttet den hertil. De første leverancer af Bitz-stellet var for spættede i forhold til deres ønsker, men blev alligevel bragt på markedet. De fik rettet op på det i foråret 2016. Ved sådanne fejlproduktioner vil F&H typisk sende en mail herom til Dragonwind International Ltd. Hvis det ikke løser problemerne med kvaliteten, er det næste skridt, at Kaare Dehn ringer til Stella Fu. Det kan dog være, nu hvor der ikke er fremlagt mails om fejlproduktionen, at de denne gang med det samme har kontaktet Stella Fu telefonisk.

Det er korrekt, at produkterne er håndglaserede. Det ved han fra sit besøg på fabrikken sammen med Christian Bitz. Så vidt han husker, kunne man under besøget ikke få lov at se, hvordan de på fabrikken frembragte spættetheden i glasuren. Der var sat afskærmning op, hvor processen fandt sted.

Tommy Friis har forklaret blandt andet, at han er indehaver af restaurant Fru Larsen, som han siden august 2012 har drevet sammen med sin hustru. Han har været kok i 22 år. Fru Larsen er en restaurant med rigtig god mad.

Restauranten brugte ikke Würtz' service, da han overtog den. Han kendte servicet fra Noma og var meget fascineret af det. Han fandt ud af, at det var Kasper Würtz' produkter og tog derfor kontakt til Kasper i juni eller juli 2012. Kasper var allerede på det tidspunkt kendt i restaurationsbranchen, men nok mere for sin keramik end sit navn. Man kendte dengang udtrykket en Noma-tallerken i branchen. 98 % af Fru Larsens stel kommer fra Würtz. Han har nok besøgt Kasper 6-7 gange i alt. De går typisk rundt i værkstedet og ser, hvad Kasper laver af nye ting. Nogle gange har han genbestilt service, og andre gange har han købt nye ting. Kasper kan også selv foreslå at lave noget særligt til restauranten. I begyndelsen medbragte de allerede købt service for at sikre, at de fik tilsvarende med hjem, da formen kunne variere. Han har været i Kaspers to seneste værksteder. Første gang han besøgte Kasper, var det hjemme hos Kasper selv. Han har også sort keramik med spættet glasur i form af yoghurt-skåle, kopper, æggebægre og lidt service til snacks. Han har ikke købt den fremviste sorte tallerken med bred fane, men har set den hos Kasper tilbage i 2012, da de skulle vælge restaurantens grundlæggende service. Han er helt sikker på, at det var på det tidspunkt, han så den sorte tallerken, da de gik meget op i at få det rigtige service fra starten. Den sorte var for fremtrædende til dem, så de valgte den grå og hvide. Der var stillet en hel række af service op på Kaspers spisebord, som de kunne se på. Der var heriblandt en eller to af de sorte tallerkener. Han kan ikke

svare på, om det var præcis den samme tallerken med de samme mål, som er fremvist i dag. Han tog måske fotos af de tallerkener, han valgte, men ikke af de andre. Han mindes ikke at have set frokosttallerkenerne, men han så den sorte skyrskål. Han har ikke købt den, men har set den på værkstedet. Han kender ikke andre restauranter, der bruger den sorte tallerken med bred fane. Han har også set den sorte tallerken på det nye værksted. Det var enten i 2019 eller 2020. Han kan ikke huske, om han har set den sorte tallerken i den mellemliggende periode fra 2012 til 2019. Kasper er i restaurantens miljø mest kendt for sit service med henholdsvis den brede fane og ingen fane.

Angående mailen af 11. juni 2020 vedrørende køb af fire tallerkener har han ikke set den før denne sag, men har fra sin hustru, Birgitte, hørt, at det var nogle mærkelige spørgsmål, der blev stillet i mailen. Birgitte nævnte også, at der aftenen inden var blevet stillet mange spørgsmål til servicet af nogle gæster. Det er ikke første gang, at nogen har ønsket at købe restaurantens service. De sælger normalt ikke deres service til andre end venner af huset, men disse gæster var så begejstrede, at de af den grund besluttede at sælge fire tallerkener til dem.

Anbringender

Parterne har gentaget deres anbringender for Sø- og Handelsretten og har i øvrigt i det væsentlige procederet i overensstemmelse med anbringenderne i de for landsretten indgivne sammenfattende processkrifter.

F&H A/S og Christian Bitz har herunder, jf. deres sammenfattende processkrift af 26. marts 2021, yderligere gjort følgende gældende (henvisninger til ekstrakt og materialesamling udeladt):

- ”1. Det er ankesagens kerne, a) hvilke af Würtz' produkter, der fandtes forud for tilblivelsen af Bitz-konceptet, b) hvilke af disse produkter appellanterne kendte, da Bitz-konceptet blev udviklet, c) i hvilket omfang Würtz' produkter - der er håndlavede unika med stor variation fra eksemplar til eksemplar - er beskyttet efter ophavsretsloven, og d) hvorvidt der er produkter i Bitz-konceptet, som krænker Würtz' produkter - vel at mærke Würtz-produkter, der fandtes forud for udviklingen af Bitz-konceptet, og som appellanterne kendte ved udviklingen af Bitz-konceptet. Det er Würtz, der har bevisbyrden for alle fire forhold.

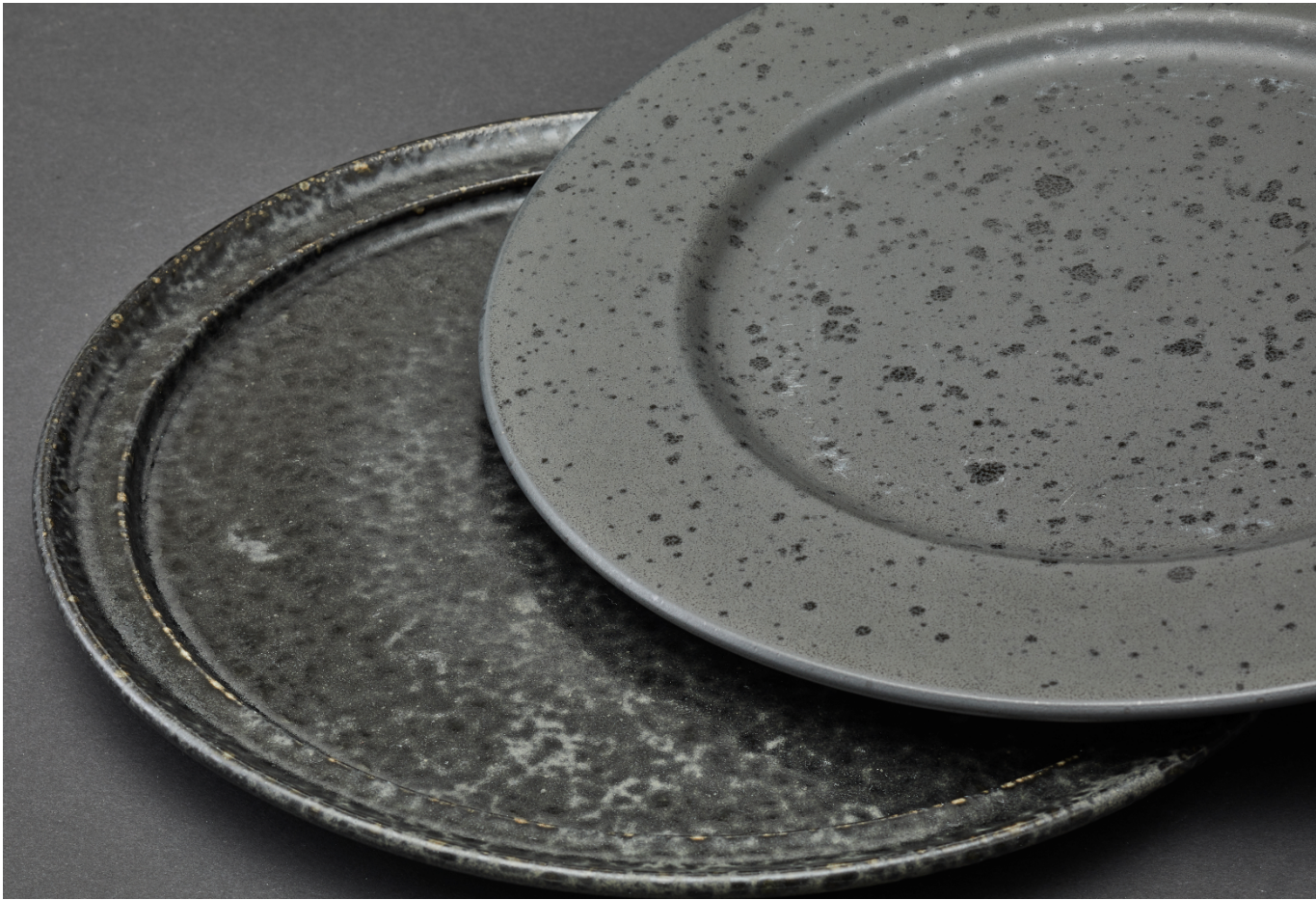
DE RELEVANTE PRODUKTER

2. Sagens relevante produkter - Würtz til venstre og Bitz til højre - er følgende:











DE IRRELEVANTE PRODUKTER

En "fejl"?

3. Würtz hævder, at Würtz forud for Bitz-stellet havde fremstillet flere andre produkter, som appellanterne kendte til ved udviklingen af Bitz-stellet, og som skal indgå i en krænkellesvurdering. Det gælder i særlig grad denne sorte tallerken med bred fane, som Würtz gengav i bilagene til stævningen og fremviste under delforhandlingen i Sø- og Handelsretten, der tillagde netop denne tallerken en så central betydning, at tallerkenen blev afbildet i deldommens præmisser:



4. I ankereplikken blev Würtz opfordret til at fremlægge dokumentation for designudviklingen og tilblivelsen af denne sorte middagstallerken med bred fane. Selv om det burde være helt uproblematisk og i Würtz' egen interesse at opfylde denne opfordring, valgte Würtz meget bemærkelsesværdigt at anføre følgende i ankeduplikken:

"Appellanterne har fremsat en række opfordringer vedrørende de fremlagte Würtz tallerkener med bred fane. Würtz har allerede dokumenteret, disse designs eksistens forud for fremkomsten af det krænkende service og finder ikke grund til at fremlægge yderligere dokumentation.

Würtz finder heller ikke grund til at fremlægge eksemplarer af den i deldommen på side 111 viste tallerken – eller de andre i bilag 4 gengivne tallerkener for den sags skyld – ud over de eksemplarer, af tallerken med bred fane, som er fremlagt under sagen" (vores understregning).

5. Würtz sonderer med andre ord ikke mellem de to tallerkener vist i D111, men de er imidlertid klart forskellige i form, farve og dimensionering. Den grå/blå tallerken i D111 øverst til højre har aldrig været fremvist fysisk i sagen og er - trods opfordret dertil - heller ikke medtaget på Würtz produktliste. Til gengæld havde Würtz i Sø- og Handelsretten medtaget et antal eksemplarer af tallerkenen i D111 øverst til venstre, men om denne tallerken anførte Würtz i ankeduplikken og senere i processkrift I:

"Sø- og Handelsretten har ikke udvalgt den korrekte version af Würtz tallerken med bred fane i dommen på side 111" (vores understregning).

"Hvordan den ultrabredfannede tallerken er havnet der [i Sø- og Handelsrettens præmisser, D111, øverst til venstre] må appellanterne spørge Sø- og Handelsretten om. Indstævnte har ingen anelse om det, og det må som tidligere anført givet bero på en fejl."

6. Den såkaldte "fejl" består imidlertid i, at Würtz' sorte tallerken med bred fane overhovedet har fundet vej ind i sagen, og denne "fejl" kan ikke tilskrives Sø- og Handelsretten men Würtz, der har inddraget en irrelevant tallerken under sagen: Tallerkenen i D111 øverst til venstre har aldrig været en del af "Restaurantstellet" men er fremstillet af Würtz til brug for sagen mod F&H og Bitz og dermed efter Bitz-stellets fremkomst, hvilket Würtz ikke har gjort klart over for Sø- og Handelsretten, der som anført tydeligvis tillagde netop denne tallerken stor betydning, jf. også fx omtalen af tallerkenen i D4 og D6:
7. Allerede i indledningen i stævningen til Sø- og Handelsretten skrev Würtz: *"Denne sag vedrører sagsøgtets fremstilling, import, markedsføring og salg af en serie keramikservice, som gengivet i bilag 1, som alle er tilnærmelsesvis identiske med det af sagsøgeren særligt udviklede, markedsførte og solgte keramikservice i sagsøgers kendte design gengivet i sagens bilag 2, 3, 4 og 5"*. Bilag 5 indeholdt bl.a. fotoet af den sorte tallerken med bred fane vist i D111 øverst til venstre og gengivet ovenfor i pkt. 3, men som Würtz altså nu mener er gengivet i Sø- og Handelsrettens præmisser ved en "fejl".

Fru Larsen

8. Under forbudssagen forklarede Kasper Würtz bl.a.: *"Den sorte tallerken med bred kant leveres til restaurant Fru Larsen"*. Under hovedsagen vedstod Würtz denne forklaring. Den sorte tallerken med bred fane har imidlertid aldrig været solgt til restaurant Fru Larsen. Appellanterne har af restaurant Fru Larsen købt 4 eksemplarer af de restauranttallerkener, som restauranten anvender og hele tiden har anvendt, og restaurant Fru Larsen har bekræftet aldrig at have haft sorte Würtz-tallerkener med bred kant, men derimod følgende grå tallerkener (de to til venstre - som også illustrerer uensartetheden på Würtz' unika), der adskiller sig markant fra Bitz-tallerkenen (til højre):



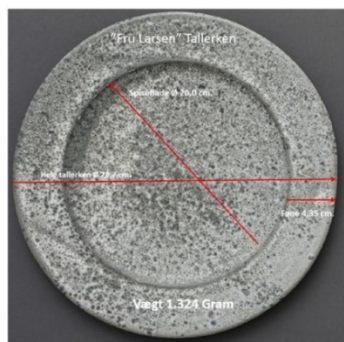
9. Trods appellanternes gentagne provokationer har Würtz først nu i sidste øjeblik - og efter forberedelsens afslutning - varslet indehaveren af restaurant Fru Larsen som vidne. Det vil appellanterne ikke modsætte sig, og til brug for og vurdering af denne afhøring har appellanterne fremlagt udskrifter af restaurant Fru Larsens Facebookside, instagramprofil og hjemmesider med fotos tilbage fra 2012 samt udskrift af Tripadvisor og artikler omkring restaurant Fru Larsen. Materialet viser, at restauranten i utallige tilfælde i hele perioden fra 2012 til i dag har gjort brug af Würtz' tallerkener og skåle til at vise restaurantens mad, men i intet tilfælde har en sort tallerken med bred fane været anvendt - til gengæld har den grå Würtz tallerken vist ovenfor været hyppigt anvendt i stort set hele perioden.

Noma

10. Heller ikke Restaurant Noma har forud for Bitz-stallets fremkomst haft sorte Würtz tallerkener med bred fane. Efter at have anvendt Würtz' keramik i en årrække blev Nomas produkter fra Würtz solgt på auktion i 2017, og de solgte Würtz tallerkener (midten) havde ingen paralleller til Bitz' tallerkener (th):

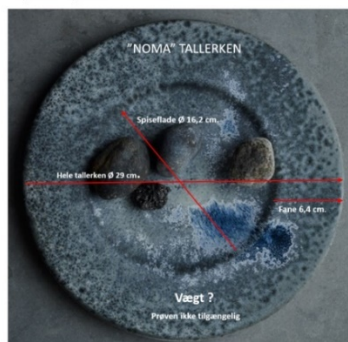
"Fru Larsen" middagstallerken
Indkøbt af F & H i 2020 til brug for sagen.

Spisefladen er 69,7% af den totale diameter.



"NOMA" middagstallerken
Foto fra Wright auktionskatalog nov. 2017
(bilag CP, s. 37)

Spisefladen er 55,8% af den totale diameter
(estimat).



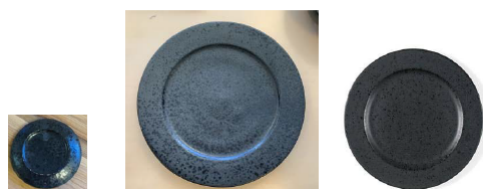
Bitz middagstallerken
Alle Bitz middagstallerkener har samme mål.

Spisefladen er 66% af den totale diameter.



De øvrige irrelevante produkter

11. Den sorte tallerken med bred fane er ikke det eneste produkt, som Würtz ikke har ført bevis for skulle være frembragt forud for Bitz-stellet, og som appellanterne skulle have haft kendskab til forud herfor. Dette gælder for i) den sorte middagstallerken med bred fane, ii) den grønne middagstallerken med bred fane, iii) den grå forretstallerken med bred fane, iv) den sorte forretstallerken med bred fane og v) den sorte skål med skarpe kanter. Bilag 5 er fx dateret efter, at Würtz første gang kontaktede appellanterne.
12. I et sidste-øjeblikforsøg på at føre et beskedent bevis for tidspunktet for tilblivelsen af - formodes det - den sorte forretstallerken med bred fane, har Würtz i dag den 26. marts 2021 fremlagt 2 e-mails med fotos, angiveligt fra 2012. Interessant er det imidlertid, at den nu viste tallerken hverken har samme dimensioner, formgivning eller mathed som den - irrelevante - tallerken, Würtz har annonceret at ville medbringe til hovedforhandlingen, og som Würtz hævder at have frembragt i 2006, jf. disse fotos:



Den nye e-mail En (irrelevant) Würtz En Bitz-tallerken
tallerken

13. Særligt mht. dimensionerne oplyser Würtz i e-mailen, at den viste sorte tallerken med bred fane har en diameter på kun 11,5 cm. For at illustrere betydningen af dimensionsforskellene er her vist de relevante tallerkener, hvor der i midten er placeret en tallerken/skål med en diameter på 12 henholdsvis 11 cm:



14. I den anden nye e-mail ses ingen sorte tallerkener men muligvis en skål, der er sort med grå plamager, og i øvrigt fremstår som et ufærdigt unika, som Würtz ikke har forklaret, hvordan appellanterne skulle have kendt til. Når selv Würtz ikke er i stand til internt at finde eksemplarer eller blot fotos af produkterne, er det ydermere usandsynligt, at appellanterne skulle have haft kendskab til produkterne i 2015.



15. Mere relevant - og rent faktisk et stærkt bevis for, hvilke produkter Würtz gennem årene har og navnlig ikke har fremstillet - er Kasper Würtz' Instagramprofil. På denne profil har Würtz løbende lavet opslag, der viser Würtz' produkter, men selv om der er lavet hele 219 opslag med Würtz' produkter, er produkterne ii-v ikke vist en eneste gang. Den sorte tallerken med bred fane er dog vist, men på ét billede, som pudsigt nok blev slået op den 15. februar 2016 eller 7 dage efter, at Würtz første gang kontaktede appellanterne i sagen. Tilsvarende har faderen, Aage Würtz, ud af sine i alt 131 opslag på Instagram ingen billeder af produkterne i-v udover ét billede af den sorte tallerken med bred fane sammenlignet med en sort Bitz-middagstallerken, der blev slået op den 19. januar 2020.
16. Om den grønne tallerken med bred fane forklarede Kasper Würtz i Sø- og Handelsretten, at denne skulle have "*stået på hans værksted men er også blevet solgt som en special edition til Illums Bolig-hus.*". Realiteten er imidlertid, at special edition serien først blev solgt til Illums Bolighus i marts 2018 eller ca. to år efter, at Bitz-stellet blev lanceret. Om Würtz i flere år forud for marts 2018 skulle have haft

det grønne stel stående på sit værksted i Horsens er uvist og uden relevans men bestrides. På Instagram den 30. november 2016 - dvs. længe efter lanceringen af Bitz-stellet - offentliggjorde Kasper Würtz således et billede af en grøn skål med teksten "*new green*".

17. De manglende beviser for frembringelsestidspunktet af i-v produkterne er særdeles kritisk for Würtz i lyset af, at appellanterne flere gange har opfordret Würtz til at fremlægge dokumentation for a) udviklingen og tilblivelsen af bl.a. Würtz' middagstallerken med bred fane i grøn og sort vist i D111 øverst til venstre, b), til hvem og hvornår denne middagstallerken er solgt, og c) at appellanterne havde kendskab til nævnte tallerken på tidspunktet for udviklingen af Bitz-stellet. Herudover blev Würtz opfordret til at fremlægge fysiske eksemplarer af d) den blå/grå tallerken vist i D111 øverst til højre, og e) middagstallerkener som dem, Würtz forud for 2015 solgte til restauranterne Noma og Fru Larsen.
18. Ingen af disse provokationer er opfyldt, hvilket er bemærkelsesværdigt og selvsagt må tillægges den processuelle skadevirkning, at de omtalte produkter ikke er frembragt forud for Bitz-stellet, og - naturligvis - at appellanterne ikke har haft og ikke kunne have haft kendskab til disse produkter forud for 2015. Det gentages og understreges, at det er Würtz' bevisbyrde at dokumentere såvel frembringelsestidspunkt som appellanternes kendskab til de produkter, Würtz hævder skal indgå i en krænkelsesbedømmelse.
19. Würtz hævder tidligere at have dokumenteret frembringelsen af eksempelvis den sorte middagstallerken med bred fane, men det er ikke korrekt. Bilag 96 og 4, jf. bilag 97, indeholder fx kun billeder af en grå middagstallerken og med en anderledes fanebredde end tallerkenen i D111, øverst til venstre, der som nævnt er forskellig fra tallerkenen i D111 øverst til højre. Alle fremlagte billeder af den sorte Würtz tallerken med bred fane er taget i forbindelse med retssagerne, og der er således ikke billeder af tallerkenen i D111, øverst til venstre i Würtz' markedsføringsmateriale forud for lanceringen af Bitz-stellet.
20. De omtalte irrelevante produkter i-v fremgår af Würtz' produktliste (produkt 20, 22, 26, 32, 34-37, 39-41) og medtages derfor af Würtz til hovedforhandlingen, men de kan og bør ikke indgå i landsrettens vurdering, da der ikke er bevis for, hvornår produkterne er fremstillet, og at appellanterne skulle have kendt til produkterne. Det vil således også være manipulerende og give et falsk billede, hvis Würtz under hovedforhandlingen i retslokalet vil forsøge at sammenblende de produkter, Würtz medbringer, således at de relevante og de irrelevante produkter ses sammen. Det er derfor væsentligt, at Østre Landsret indleder sin bedømmelse af sagen med at se bort fra de irrelevante produkter, som Würtz ikke har ført bevis for eksistensen af og appellanternes kendskab til forud for udviklingen af Bitz-stellet, og herefter - produkt for produkt - foretager en sammenligning af de relevante Würtz produkter med Bitz-stellet.

TILBLIVELSEN AF BITZ-KONCEPTET

21. Kåre Dehn og Christian Bitz har flere gange afgivet forklaring i sagerne. Gengivelserne af forklaringerne er i det store hele korrekte men ufuldstændige. En sammenhængende beskrivelse af de centrale led i Bitz-stellets udviklingsproces er som følger:
22. I august 2014 tog Christian Bitz kontakt til F&H og indledte en dialog om at udvikle og producere et nyt koncept, som skulle bygges op på sundhed. Første møde fandt sted den 12. september 2014, hvor Christian Bitz, Kåre Dehn og Poul-Erik Brandt drøftede konceptet. Christian Bitz var allerede dengang velkendt hos "hr. og fru Danmark" som en anerkendt ernæringsekspert, og bl.a. derfor fandt F&H det kommercielt interessant at kombinere idéen med et nyt, men velkendt brand - Bitz - med et spisestel mv., der kunne kombinere sundhed og stil.
23. Appellanterne ønskede at udvikle et koncept med en komplet produktserie bestående af køkkenredskaber og et stel/service. Den oprindelige idé til tallerkenerne var bl.a. udviklet omkring en ruminddelt tallerken. Vurderingen var dog, at der ikke ville være tilstrækkelig efterspørgsel efter en sådan ruminddelt tallerken, hvorfor drøftelserne i den efterfølgende periode gik på at udvikle en tallerken med en forholdsvis lille spiseflade og en bred fane ud fra Christian Bitz' forskning om, at portionerne herved syner større med den konsekvens, at man spiser mindre. At dette også endte med at blive realiteten, ses af de budskaber og det markedsføringsmateriale, der blev anvendt ved lanceringen af Bitz-stellet.
24. I oktober 2014 tog Kåre Dehn kontakt til F&H's samarbejdspartner Dragonwind International Ltd., der i en lang årrække havde bistået F&H med at udvikle produkter og finde egnede producenter af bl.a. stel og køkkenudstyr. I oktober-november 2014 besøgte Kåre Dehn Dragonwind i Hong Kong mhp. at drøfte mulighederne for produktion af et stel i Kina. På baggrund af de indledende beskrivelser foreslog Dragonwind at tage udgangspunkt i stellet STRATO, som Dragonwind havde medvirket til udviklingen af helt tilbage i januar 2010. Også glasering blev drøftet på mødet, og Dragonwind fremviste som eksempel en tallerken med sort, reaktiv glasur samt billeder af andre produkter, som var produceret af Dragonwinds samarbejdspartner, herunder fabrikken Meiguang. Kåre Dehns konklusion efter mødet var, at det ville være produktions-teknisk muligt og kommercielt interessant at arbejde videre med STRATO formen og en reaktiv glasur.
25. Den 26. november 2014 mødtes Christian Bitz igen med F&H i Viborg. Her fremviste Christian Bitz skitser, der var udarbejdet af hans kæreste Lisette, mens Kåre Dehn viste medbragte eksempler på STRATO stellet. Fordi STRATO-stellet opfyldte ønsket om en bred fane og lille spiseflade og kunne fremstilles til en fornuftig pris, besluttede F&H og Bitz på mødet at tage udgangspunkt i dimensionerne og formene på STRATO-stellet i det videre udvik-

lingsarbejde. På dette tidspunkt havde appellanterne end ikke drøftet Würtz eller hans produkter.

26. I den efterfølgende periode foretog appellanterne yderligere markedsresearch mhp. at afdække trends og finde inspiration til individualiseringen af STRATO-stellet. Den 18. december 2014 mødtes F&H og Bitz på ny for bl.a. at drøfte markedet og lægge sig fast på materialevalg, farver og glasering. Beslutningen blev, at Bitz-stellet skulle fremstilles i farverne creme, blå, grøn og grå, og at stellet skulle følge den spirende megatrend om stentøj i naturlige, mørke farver og struktur i glaseringen. Beslutningen blev også, at Bitz-konceptet skulle omfatte ikke kun tallerkener, skåle, krus og kopper men også fx glas, fade, bestik og karafler mv., dvs. væsentligt flere produkter end dem, som retssagen angår, og også et antal produktarter, som Würtz aldrig har lavet. Appellanterne besluttede efterfølgende, at man også ville producere stellet i en antracit/sort farve.
27. Med afsæt i appellanternes ønsker tog Dragonwind og F&H kontakt til deres kinesiske hovedleverandør af stentøj, GaoChun Ceramics. GaoChun er særligt specialiseret inden for reaktiv glasur og har siden 1995 fremstillet teksturglaserede stentøjsprodukter til bl.a. det europæiske marked, også i fx mat sort, grå og creme farver. Valget faldt på GaoChun Ceramics, da appellanterne ønskede en mere mat glasur end den, som fabrikken Meiguang fremstillede, og som Kåre Dehn var blevet præsenteret for i november 2014 under sit besøg hos Dragonwind.
28. For at vise GaoChun idéen med den reaktive glasering og de mørke, naturlige farver, som F&H ønskede, sendte Poul-Erik Brandt fra F&H mails til Dragonwind med henvisninger til Würtz' hjemmeside. Det ses af mailkorrespondancen, at den netop ikke angår kopiering af produkter men er en reference til en mat glasur, der understøtter, at der absolut ikke blev sendt Würtz produkter til producenten, og at heller ikke fx farvevalg skulle følge Würtz' produkter. De omtalte e-mails er fremkommet efter gennemførelse af en bevisikringsforretning, og det kan derfor lægges til grund, at det er den fulde "belastende" korrespondance, der er fremlagt, og at denne ikke viser et ønske om at kopiere Würtz' produkter men alene at illustrere en mat glasur.
29. Medio februar 2015 havde Christian Bitz en "Jyllandstur", hvor han kombinerede afholdelse af foredrag med besøg hos F&H. På vejen besøgte han den 17. februar 2015 Würtz, som han havde mødt i forbindelse med en kagebogsudgivelse i 2012, og han købte de Würtz-produkter, der er gengivet i ..., og ikke andre. Forud for mødet havde Bitz skrevet til Würtz, at han som fødselsdagsgave til sin kæreste var interesseret i at købe produkter, der netop ikke kunne købes i København. Under besøget fik Bitz selvfølgelig ikke indsigt i interne og fortrolige produktionsforhold, hvilket i øvrigt også ville være uden betydning for sagen, allerede fordi den kinesiske producent fremstiller Bitz-stellet på sin egen helt anderledes måde, jf. fx videoerne fremlagt som bilag CS-CT.

30. Den 18. februar 2015 holdt F&H og Christian Bitz et opfølgende møde i Viborg, hvor de blandt andet drøftede de prøver, som F&H havde modtaget fra GaoChun. Produkterne købt af Christian Bitz hos Würtz dagen før var ikke fremme på mødet og blev på intet tidspunkt i udviklingsfasen vist til nogen hos F&H, Dragonwind eller GaoChun (hvilket også ville have været uden retlig betydning, fordi de købte produkter intet har til fælles med Bitz-stellet). På mødet besluttede F&H og Christian Bitz at fortsætte samarbejdet med GaoChun og Dragonwind. Dragonwind var således F&H og Christian Bitz' primære samarbejdspartner, og det var herefter dem, der stod for kontakten til GaoChun. Der blev på mødet endvidere udarbejdet en oversigt over Bitz-konceptet og status på de forskellige dele af processen.
31. I den efterfølgende periode var Christian Bitz ikke direkte involveret i produktudviklingen, mens F&H, Dragonwind og GaoChun til gengæld brugte en del ressourcer på at fastlægge de rigtige farver og den endelige glasering til Bitz-stellet. F&H besøgte i denne fase flere gange GaoChuns fabrik og deltog i flere møder med Dragonwind i Hong Kong og i Guangzhou.
32. De første prøver fra GaoChun var klar i april 2015, men de var alt for spættede, kontrastfyldte og skinnende i forhold til, hvad F&H mente ville ramme trenden og smagen hos en dansk forbruger, jf. billederne af prøverne taget hos Dragonwind den 17. april 2015. I den efterfølgende periode blev der arbejdet videre med glaseringen, og i slutningen af april 2015 besøgte Kåre Dehn igen Dragonwind, hvor han fik forevist de seneste prøver. Prøverne var fortsat alt for spættede, men glasuren i bunden af prøverne nærmere sig det ønskede resultat.
33. I juni 2015 modtog F&H yderligere prøver fra fabrikken i Kina. Det var nu F&H's vurdering, at prøverne på det grønne, blå og grå stel var tæt på det ønskede, hvorimod den antracit/sorte glasering fortsat var alt for spættet, skinnende og kontrastfyldt i forhold til det udtryk, F&H fandt rigtigt. For at vise den matte finish, som F&H fandt rigtig, henviste F&H igen til Würtz' hjemmeside samt andre produkter med mat finish. Da formgivning, dimensioner, materialevalg mv. lå fast på dette tidspunkt, var og kunne henvisningen til Würtz' hjemmeside fortsat kun være til illustration af en mat glasure.
34. Efter flere forsøg og løbende dialog om farver og glasurer fik fabrikken lavet nye prøver, som de sendte billeder af til F&H i juli 2015. Et af de fremsendte billeder sammenlignede de seneste prøver af Bitz med RUSKA-stellet fra producenten Arabia, der var en af de referencer, som appellanterne havde anvendt ved produktudviklingen. Ud fra de modtagne billeder var resultatet nu acceptabelt for F&H, og glaseringen blev derfor godkendt. Fabrikken gik herefter i gang med at producere Bitz-stellet.

35. F&H fik efterfølgende tilsendt de godkendte prøver, som de anvendte til at lave det første billedmateriale af Bitz-konceptet. Billederne blev blandt andet anvendt i en brochure, som blev trykt i september 2015. Som det fremgår af billedmaterialet var den endelige glasur mat med mindre pletter.
36. I slutningen af oktober 2015 besøgte Kåre Dehn og indkøber Henriette Oldrup fabrikken i Kina for at besigtige produktionen. Glaseringen var ikke i overensstemmelse med de seneste prøver, som fabrikken havde sendt, og som F&H havde godkendt. Det var derfor kun formen, der blev godkendt. Forskellen bestod navnlig i, at glaseringen var mere spættet end godkendt, fordi brændingen ikke var blevet tilpasset tilstrækkeligt i forbindelse med udskiftningen af mindre kammerovne i GaoChuns ene fabrik til masseproduktionen i store tunnelovne i deres anden fabrik. Fabrikken justerede derfor brændingen, hvorefter resultatet blev som ønsket. Et mindre antal produkter, der var mere spættet end tidligere godkendt, var dog i en kortere periode på markedet forud for den endelige version, der kom på markedet og fortsat er det i dag.
37. På baggrund af dette forløb er det ubestrideligt, at Bitz-konceptet er blevet til som resultat af en selvstændig, sædvanlig og længerevarende udviklingsindsats og uden inddragelse af produkter fra Würtz. Efter lanceringen af Bitz-stellet er dette blevet udvidet til at omfatte et væsentligt større produktsortiment, ligesom forskellige farvevarianter er kommet til i takt med markedstrenden. At Würtz den dag hvor forberedelsen af ankesagen sluttede valgte at indlevere en ny stævning mod appellanterne og nu øjensynlig også hævder en eneret på cremefarvet stentøj, som Bitz lancerede allerede før afsigelsen af Sø- og Handelsrettens deldom, er illustrativ for Würtz' strategi og verdensbillede men støtter bestemt ikke, at Bitz-stellet udgør en rettighedskrænkelse - snarere tværtimod.

WÜRTZ' GLASURUDTRYK - LOVLIG INSPIRATION

38. Som nævnt hentede appellanterne på fuldstændig legitim vis inspiration fra bl.a. Würtz i relation til mulighederne for at frembringe en mat, mørk og reaktiv glaserings. I D111, afsnit 4, fastslog Sø- og Handelsretten med rette, at en ophavsret - dvs. en eneret på mere end 70 år - på et bestemt glasurudtryk løsrevet fra konkrete produkter naturligvis ikke kan tildeles en enkeltudbyder, som end ikke var først med skabelsen af et sådant udtryk: En sådan langvarig monopolisering af en stilart ville udgøre en uacceptabel idébeskyttelse og være skadelig for den frie konkurrence. Det gælder i almindelighed men i særdeleshed i relation til håndlavede unika, hvor ikke to eksemplarer af Würtz' produkter er ens, se til eksempel:



39. Würtz lægger stor vægt på, at F&H i e-mails til Dragonwind har henvist til billeder fra Würtz' hjemmeside men vælger at overse, at det alene skete for at illustrere et glasurudtryk, der var oppe i tiden. Fysiske produkter fra Würtz har på intet tidspunkt været sendt til Dragonwind eller andre, og som redegjort for allerede, fandtes der i sagens natur ikke billeder af de irrelevante (ikke-eksisterende) produkter på Würtz' hjemmeside. En mailhenvielse til billeder på Würtz' hjemmeside kunne derfor i bedste fald angå et generelt og ubeskyttet glasurudtryk, som Würtz ikke har/havde eneret til, og som i øvrigt adskiller sig betydeligt fra Bitz-stellet. En sådan mailkorrespondance med reference til andres produkter er følgelig uden relevans for en ophavsretlig bedømmelse af ligheder ved to produkter og i øvrigt ret almindeligt og forståeligt i udviklingsforløb, hvor også sprogbarrierer udfordrer en præcis, skriftlig beskrivelse af et bestemt udtryk.

KRÆNKELSESBEDØMMELSE

40. Sagen har været bedømt af to forskellige tredommerpaneler i Sø- og Handelsretten. I den første sag - forbudssagen - fandt de tre dommere, at *"det visuelle indtryk ... er forskelligt ... Selve formgivning af stellerne er således klart forskelligt, og Würtz stellerne bærer præg af at være et hånddrejet produkt, mens Bitz serien fremstår som et fabriksfremstillet produkt, hvor hvert element er helt ens i form. Würtz' stentøj har karakter i glasuren, der bærer præg af individuel bearbejdning ... mens Bitz' glasur er ensartet og mere afdæmpet i såvel prikkerne som i karakteren"*, hvorfor Sø- og Handelsretten ud fra en helhedsbedømmelse fandt, at der ikke forelå en ophavsretlig - eller markedsføringsretlig - krænkelse, og *"korrespondancen mellem F&H og F&H's kinesiske producenter, hvori der blev henvist til Würtz' hjemmeside som inspiration kan herefter ikke føre til et andet resultat."* Denne vurdering er efter appellanternes opfattelse helt rigtig.

Würtz' produkter skal vurderes individuelt

41. Originaliteten af Würtz' produkter skal vurderes individuelt, da produkterne har forskellige karakteristika, er blevet skabt på forskellige tidspunkter, og end ikke er blevet markedsført af Würtz som en serie. Dette gælder, uanset nogle af produkterne kunne synes at tilhøre samme designunivers, jf. UfR 2020.2532 Ø (Anne Black).
42. "Skjalm P-stellet" og "Illums bolighus-stellet" og "restaurantstellet" adskiller sig væsentligt fra hinanden både i formgivning, dimensio-

ner, farvevalg og glasurudtryk, hvilket Kasper Würtz også forklarede under sagen, jf. D49:

"Serien til Illums Bolighus adskiller sig ved at have mere bløde former, og udtrykket er voldsommere med mere dybde og intensitet. Der er tilføjet ekstra materialer, der smelter ved 1000 grader. Der er endvidere brugt beige glasur, som dækkes med sort glasur. Tanken har hele tiden været, at deres varer i henholdsvis Skjalm P og Illums Bolighus skal adskille sig fra hinanden."

43. "Restaurantstellet" består i modsætning til "Skjalm P-stellet" og "Illums bolighus-stellet" af elementer, som hverken fremstår eller er markedsført som ét samlet sæt samt følgende udpluk fra disse bilag af Würtz' keramik anvendt på restaurant Noma:



44. Særligt tallerkenerne i "restaurantstellet" er væsensforskellige fra hinanden i forhold til glasurudtryk, farvevalg, dimensioner og form. Produkterne må derfor nødvendigvis vurderes individuelt - tallerken for tallerken - og der kan ikke under ét gives beskyttelse til "restaurationsstellet", "Skjalm P-stellet" og/eller "Illums bolighus-stellet", og slet ikke meningsfyldt foretages en samlet krænkelsesvurdering. Würtz må derfor specificere, hvilke konkrete produkter, der efter Würtz' opfattelse skal indgå i ophavsretsbedømmelsen - og naturligvis også dokumentere, at appellanterne skulle have kendt til netop disse produkter. Det er i den forbindelse relevant, at de produkter som Würtz medbringer til hovedforhandlingen, utvivlsomt er nøje udvalgte til brug for netop denne retssag, og det kan i særdeleshed ikke lægges til grund, at produkter med præcis samme matte, ensartede og "uspættede" udtryk var tilgængelige på markedet i og forud for 2015.

Mangel på fællestræk

45. Når de relevante Würtz-produkter er identificeret, herunder når de irrelevante Würtz-produkter er frasorteret, må en ophavsretlig be-

skyttelse begrænses til konkrete produkter, og her er opgaven ikke at fokusere på et enkelt element - en spættet og uensartet håndglasering - men at foretage en samlet helhedsbedømmelse af formgivning, farver, dimensioner, glasering, materialer osv. Selv hvis enkelt-produkter fra Würtz måtte have fornøden værkshøjde, er det centrale, at der langt fra er tilstrækkelige fællestræk ved produkterne, og at de der er enten består i en ubeskyttelig glasureffekt eller er funktionsbestemte:

46. Funktionsbestemte brugsgenstande har nødvendigvis basale og retligt ubeskyttede grundtræk til fælles. Når der bortses fra sådanne grundtræk, er det centralt, at der ingen lighedstræk er ved formgivningen af de respektive produkter, hvilket er en logisk følge af, at Bitz-stellet som redegjort for blev udviklet med afsæt i det eksisterende STRATO-stel og uden inspiration fra Würtz' keramik. Würtz' idé med brug af reaktiv glasering har som redegjort for været en inspirationskilde, men heller ikke Würtz' glasurudtryk genfindes på Bitz-stellet, der som anført netop ikke har Würtz' rustikke og spættede udtryk, men en væsentligt mindre markant og meget mere prikket, ensartet og "maskinel" overflade.
47. Appellanterne har fremlagt en række sammenligningsbilleder, der illustrerer væsentlige forskelle mellem Würtz' og Bitz' produkter, både i relation til glasurudtryk, form og dimensioner. Bitz-produkterne gengivet i [bilag 88-91] er endvidere forskellige fra Würtz' produkter ved at have en blank, ensartet farve indvendigt, der adskiller sig fra farven og glasuren udvendigt
48. Navnlig Sø- Handelsrettens krænkellesvurdering (D112) er vanskelig at forstå. Første instans fandt "*ud fra en helhedsvurdering uanset enkelte forskelle*", at Bitz-produkterne giver en "*oplevelse af identitet med Würtz-stellenes originalitet*". Som det ses af billederne vist ovenfor i pkt. 1 og i ... er der tale om markant mere end "*enkelte forskelle*" på produkterne, og der er også meget langt fra "*identitet*" med Würtz-produkternes originalitet, i særdeleshed når eneret til et bestemt glasurudtryk er en umulighed, jf. ovenfor.
49. Sø- og Handelsrettens inddragelse af, at Bitz-stellet "*med udgangspunkt i samme generiske formsprog er givet et udtryk i retning af håndglaseret keramik af høj kvalitet*", er heller ikke relevant i en krænkellesvurdering, da "*generisk formsprog*" til at signalere "*håndglaseret keramik af høj kvalitet*" ikke kan begrunde en ophavsretlig krænkelse: Würtz har ikke og kan aldrig opnå en eneret på et generisk formsprog eller håndglaseret keramik af høj kvalitet.
50. Det eneste muligt særegne ved Würtz' produkter er den rustikke og spættede håndglasering, som imidlertid ikke lader sig reproducere ensartet, og som Würtz ligefrem tilstræber skal frembringe markante forskelle på Würtz' egne produkter, der sælges enkeltvis som unikaprodukter, jf. igen fotos af "ens" Würtz-produkter. Denne glasering genfindes ikke tilnærmelsesvis på Bitz' maskinfremstillede stel, som derimod har en mere glat og prikket struktur, samtidig med at Bitz-stellets formgivning er baseret på det helt anderledes

STRATO stel og derfor uden ligheder overhovedet i forhold til Würtz' formgivning:

Forskellig formgivning

51. Særligt når der bortses fra de irrelevante Würtz-produkter er der absolut intet slægtsskab i formgivningen af parternes respektive produkter. I den forbindelse understreges det, at Bitz-konceptet og så omfatter adskillige produktarter, som Würtz slet ikke har.
52. Formgivningen af produkterne i et spisestel gør i høj grad brug af grundforme og er i vidt omfang begrænset af produkternes funktion. En skål er dyb, en middagstallerken flad og et krus beholderformet, og alle tre dele er normalt runde og med nogenlunde samme dimensionering for at kunne anvendes meningsfyldt. Der vil derfor i sagens natur være en række ligheder i selve formgivningen på to tallerkener fra Würtz og Bitz, men alle sådanne funktionsbestemte ligheder skal der ses bort fra i krænkelsesvurderingen, hvor efter der - med Kim Meyer Andersen og Finn Dam Rasmussens ord - er *"klare, umiskendelige forskelle på de to stels formgivning og meget få konkrete sammenfald"*, jf. også fx fotoene (bilag CÅ) og forskelslisterne samt følgende ikke-udtømmende eksempler:
 - **Tallerkenen fra "Skjalm P-stellet"** har en meget smal fane, som er afrundet, hvorimod tallerkenen fra Bitz-stellet har en bred og flad fane, og dermed en væsentlig mindre spiseflade. Tallerkenen fra Skjalm P-stellet er desuden meget flad, mens tallerkenen fra Bitz-stellet er højere pga. fodringen i bunden.
 - **Tallerkenen fra "Restaurationsstedet"** - og vel at mærke uden inddragelse af de irrelevante tallerkener - har en bred, flad fane og minder således i lidt højere grad om formgivningen på en Bitz-tallerken. Tallerkenerne adskiller sig imidlertid fortsat betydeligt, bl.a. fordi alle Bitz-tallerkener har en lige bred fane og ens diameter, mens Würtz' tallerkener varierer fra produkt til produkt. Fanen på Bitz-tallerkenen er desuden flad, mens fanen på Würtz-tallerken skråner, hvorved Würtz' tallerken som helhed er højere, på trods af at Würtz' tallerken har en flad bund, mens Bitz' tallerken har en fodring, der løfter den.
 - **Würtz' krus** er noget lavere end Bitz' krus, der til gengæld er gradvist smallere fra midten til bunden, mens Würtz' krus har samme bredde, helt indtil den nederst buer ind mod bunden.
 - **Würtz' pastaskål** er bredere og højere end Bitz' suppeskål, der desuden har en kant, mens Würtz' suppeskål er afrundet.
 - **Bitz' skyr-skål** lader sig ikke meningsfyldt sammenligne med et Würtz produkt, som var udviklet forud for Bitz' skyr-skål.

Forskellige fremstillingsmetoder

53. De forskellige udtryk i parternes respektive produkter skyldes i vidt omfang, at Würtz' produkter er 100% hånddrejet, mens Bitz-stellet er maskinfremstillet, jf. de to videoer fremlagt som bilag CS og CT, der viser fremstillingsprocesserne hos Würtz i Horsens og hos GaoChun i Kina. Bitz-stellet er således fremstillet ved rollerdrejning, hvor der anvendes ler i forholdsvis fast konsistens, som drejes i en automatiseret proces på en drejeskive. Nisterne er sprøjtet på maskinelt, mens produktet roterer, hvilket giver en forholdsvis ensartet fordeling af nisterne på produkterne, der herefter dyppes i en balje med glasur. Som beskrevet i Kim Meyer Andersen og Finn Dam Rasmussens rapport er resultaterne af denne proces blandt andet, at:

- *"Formerne på Bitz design er mindre rundet i siderne og altid som en afskåret kegleform der åbner sig opad. Den mindste diameter i Bitz skåle og krus er altid i bunden og den største diameter er altid i toppen, hvilket er karakteristisk for en maskinel fremstillingsproces."*
- *"De enkle dele af Bitz spisestel ser ud til at være fremstillet i serieproduktion. Der er derfor ingen individuelle formgivningsmæssige forskelle mellem f.eks. to tallerkner."*
- *"Bitz glasurdesign er mere neutralt og afdæmpet og uden tydelige tegn på individuel bearbejdning. Hos Bitz er de individuelle prikker i glasuren mere afdæmpet i størrelse og karakter end de cirkulære farvespots fra Würtz."*

54. I modsætning hertil er Würtz-stellet hånddrejet og håndglaseret, hvilket ifølge Mark Laubergs erklæring netop er det (eneste) karakteristiske ved Würtz-produkterne og det, der skaber produktudtrykket:

- *"Skålene spidser til under drejningen, og lerkanten træder frem i glasuren."*
- *"Der er kastet glaskrystaller på glasuren, hvilket giver et varierende udtryk i glaseringsprocessen, hvorefter der er lagt et yderligere lag glasur."*
- *"...der distancerer sig fra det masseproducerede [og] adskiller sig fra de almindelige stel, der ikke er hånddrejede."*

55. Würtz' håndlavede og uensartede formgivning indebærer desuden, at produkterne ikke altid kan stables forsvarligt. Alle elementer i Bitz-stellet har derimod præcis samme størrelse og dimensioner og kan i alle tilfælde stables fint, lige og uden problemer. Alle produkter i Bitz-stellet har desuden en fodring i bunden, som er det eneste, der ikke er glaseret. Hverken Skjalm P eller Restaurationsstellet har en fodring men en flad og uglaseret bund. Ved maskinel fremstilling er det muligt at vælge mellem en flad bund og en fodring,

mens hånddrejet keramik typisk ikke har nogen fodring. Også i denne henseende adskiller produkterne sig fra hinanden og giver Bitz-stellet et mere maskinfremstillet udtryk end Würtz' håndfremstillede udtryk.

56. Selv Würtz' signatur indeholder variationer pga. den håndfremstillede proces, hvor Würtz signatur i bunden af hvert enkelt produkt er ridset ind i leret inden brænding. I modsætning hertil at Bitz-navnet på Bitz-stellet maskintrykt og således uden variationer.

Forskellige glaseringer

57. Fordi Bitz' produkter fremstilles maskinelt, er produkternes glasurudtryk mere ensartet og har kun mindre forskelle i nisterne i glasuren. Mens disse forskelle ikke fremtræder tydeligt i Bitz-stellets samlede udtryk, fremstår Würtz' glasur rustikt, ekspressivt og med tydelige kontraster mellem matte, spættede og sågar også enkelte helt glatte områder i overfladen.
58. Glasuren optræder derfor også vidt forskelligt og individuelt på alle Würtz' dele, jf. ovenfor. Glasuren på Würtz' stentøj skaber desuden en ujævn overflade, da Würtz anvender to lag glasur ovenpå hinanden. Kim Meyer Andersen og Finn Dam Rasmussens beskriver Würtz' glasuren således:
- *"et særpræg i den måde hvorpå eksempelvis en tallerken præsenterer sig. Ofte er der spor af at der er to lag glasur oven på hinanden og herudover en eller flere ekstra arbejdsprocesser hvor store prikker danner nye spættede områder"*
 - *"...et spættet glasurudtryk, som er mere dristigt og ekspressivt, end det design vi tidligere har set fra de øvrige producenter af spisestel"*
 - *"Würtz glasur har mere karakter og udtrykskraft og tydelige tegn på individuel bearbejdning, hvor Bitz glasurdesign er mere neutralt og afdæmpet og uden tydelige tegn på individuel bearbejdning."*

Forskellige farver

59. Et delvis sammenfald i grundfarverne på parternes produkter er absolut ikke overraskende, da farverne på Bitz-stellet har fulgt markedstrenden, jf. også Kim Meyer Andersen og Finn Dam Rasmussens erklæring; *"begge parternes farvevalg følger den trend, der har præget farvesætningen af keramiske spisestel gennem de sidste 10-5 år, hvor farverne er gået fra klare farver og pastelfarver i tidligere trend, over i en sort, grå, hvidtonet farveskala, tilsat endnu en eller to sekundærfarver der optræder afdæmpet, typisk i den kolde ende af farveskalaen."*
60. Mens parterne i et vist omfang gør brug af samme "trendy" grundfarver, adskiller farvenuancerne sig ganske meget. Dette er særlig tydeligt ved sammenligning af de grå stel, hvor Würtz' produkter

er væsentlig mere kontrastfyldt, idet grundfarven er lysegrå, mens de spættede områder er meget mørkegrå. I modsætning hertil har prikkerne på Bitz' grå stel samme farvenuance som grundfarve.

OPHAVSRET TIL GLASERET STENTØJ

61. I sin ophavsretlige bedømmelse lagde første instans (D111) vægt på, at Würtz' Skjalm P- og Restaurantstel er *"hånddrejet og håndglaseret keramik af høj kvalitet med et særpræget og selvstændigt kunstnerisk udtryk, som domineres af den spættede reaktionsglasur med samspillet mellem den matte glasur og de spættede områder."* Sådanne forhold kan godt inddrages i en ophavsretlig vurdering men aldrig i sig selv begrunde en ophavsret, jf. UfR 2020.2817 H (Ilse Jacobsen), der fastslog, at det ikke er *"tilstrækkeligt til at blive kvalificeret som et værk, at [produkter] ud over deres funktionsmæssige formål frembringer en særegen og karakteristisk effekt set ud fra en æstetisk synsvinkel – heller ikke, selv om [produkterne] er frugten af fremstillingskoncepter og -processer, der anerkendes som innovative"*.
62. Et særligt udtryk eller en bestemt glasering kan følgelig ikke ophavsretligt beskyttes i sig selv, men skal være fikseret til konkrete produkter og da alene indgå som ét element i en helhedsbedømmelse af det produkt, der i givet fald skal ophavsretligt beskyttes, jf. også D111: *"For så vidt angår glasurudtrykket i sig selv finder retten, at der ikke i sagen er tilvejebragt det sikre grundlag, som må kræves for at give beskyttelse til glasurudtrykket løsrevet fra de konkret omhandlede værker i deres helhed. Der er således ikke i denne henseende sket den tilstrækkeligt præcise og objektive identifikation af det bestemte værk, der kræves beskyttet, og som følge heraf er der heller ikke godtgjort værkshøjde i forhold til glasurudtryk i øvrigt"*.
63. Innovative og nyskabende forhold kan være med til at give et produkt den originalitet, som værkshøjde kræver. Håndlavet stentøj i mørke naturfarver med reaktionsglasur har imidlertid været kendt i generationer, og længe før Würtz fandtes der adskillige eksempler på hånddrejede og håndglaserede spisestel i keramik med spættet reaktionsglasur og mat glasur.
64. Ifølge den inhabile skønsperson, jf. nedenfor, har Würtz *"ladet sig inspirere af andre keramikere, der har arbejdet indenfor det generiske formsprog, spættede glasurer og mørke naturfarveholdninger"* (D43). Under afhjemlingen fremhævede skønspersonen (D66) Arne Bang og Saxbo, der anvendte en glasurteknik, som Würtz er inspireret af. Nedenfor ses en tallerken i grøn med spættet glasur fra Saxbo og en tallerken i grå/blå med spættet glasur fra Arne Bang:



65. Derudover fremstillede bl.a. Arabia, Eslau, Porsgaard og Bing & Grøndahl, Palshus, Morten Løbner og Esbersen stentøj i mørke farver og reaktionsglasur i 1900-tallet og således lang tid før Würtz.
66. Parallelt med Würtz var flere andre keramikere på markedet med stentøjs stel i mørke farver med reaktionsglasur. Som eksempel kan nævnes Gurli Elbækgaard (tv.) og Lov i Listed (th.), som bl.a. fremstillede en stentøjsserie til Michelin restauranten Kadeau i farverne sort, grøn og hvid:



67. Würtz' produkter indeholder derfor ingen originale og nyskabende enkeltelementer - uanset hvor flotte og specielle de måtte fremstå -

og konsekvensen heraf er, at alene en samlet helhedsbedømmelse af det enkelte Würtz-produkt ville kunne begrunde en ophavsret.

Ingen selvstændig beskyttelse af delelementer

68. Delelementer i Würtz' produkter er ikke selvstændigt beskyttet. Ifølge EU-Domstolen forudsætter ophavsretlig beskyttelse, at genstanden 1) er original og dermed udtryk for ophavsmandens egen intellektuelle frembringelse, og 2) kan identificeres tilstrækkeligt præcist og objektivt, jf. præmis 29-32 i sag C-683/17 (Cofemel - M38) og UfR 2020.2817 H (Ilse Jacobsen). En videregående beskyttelse ville vanskeliggøre retshåndhævelsen, forvride konkurrencen og mindske retssikkerheden, jf. Cofemel, præmis 33 (M38):

"Dels skal de myndigheder, der skal overvåge beskyttelsen af ophavsrettens iboende enerettigheder, klart og præcist kunne kende den således beskyttede genstand. Det samme gælder for tredjemænd, over for hvilke den af ophavsmanden til genstanden påberåbte beskyttelse vil kunne gøres gældende. Dels forudsætter den omstændighed, at det i processen med identifikation af nævnte genstand er nødvendigt at fjerne ethvert element af subjektivitet, som skader retssikkerheden, at denne genstand er blevet udtrykt objektivt".

69. Glasurudtrykket på Würtz' produkter opfylder ingen af betingelserne for at være selvstændigt beskyttet som et værk, allerede fordi glasurudtrykket ikke er "opfundet" af Würtz men set mange gange før, men også fordi udtrykket ikke kan identificeres tilstrækkeligt præcist og objektivt. Würtz har da således også selv fremhævet, at hvert Würtz produkt er unikt, jf. Kasper Würtz' egen forklaring:

"I udviklingen af glasuren er der mange fejlslagne forsøg undervejs, og man prøver sig frem. Når man får et flot resultat, kan det være svært at gentage, fordi der er mange tilfældigheder involveret. F.eks. (...) forskellige temperaturer" (D51).

"[Würtz] arbejder med en form for kontrolleret tilfældighed, hvilket netop også gør det enkelte produkt helt unikt og distinktivt i forhold til andre produkter skabt af [Würtz]"

70. Selv den inhabile skønsperson har fremhævet, at alle Würtz' produkter er forskellige:

"Den karakteristiske og særprægede, over lang tid udviklede, spættede glasur, fremstår på hver enkelte stedel, unik ... Både Würtz' og F&Hs stel er håndglaserede, hvilket gør at hver enkelt emne fremstår forskelligt og unikt" (D30).

71. I overensstemmelse med Cofemel-dommen fastslog Sø- og Handelsretten, at glasurudtrykket løsrevet fra de konkrete produkter ikke er beskyttet som værk (D111):

"For så vidt angår glasurudtrykket i sig selv finder retten, at der ikke i sagen er tilvejebragt det sikre grundlag, som må kræves for at give be-

skyttelse til glasurudtrykket løsrevet fra de konkret omhandlede værker i deres helhed. Der er således ikke i denne henseende sket den tilstrækkeligt præcise og objektive identifikation af det bestemte værk, der kræves beskyttet, og som følge heraf er der heller ikke godtgjort værkshøjde i forhold til glasurudtryk i øvrigt."

72. Det samme gør sig gældende i forhold til øvrige delelementer, som ikke er udtryk for Würtz' egen intellektuelle frembringelse: Selve formgivningen på Würtz' produkter er helt sædvanlig og almindelig brugt for brugskunst, ligesom stentøj i jordfarver har været anvendt mange år før Würtz kom på markedet. Heller ikke disse delelementer kan derfor i sig selv være beskyttet efter ophavsretsloven, jf. 1961-lovmotiverne til ophavsretsloven, der stiller krav om "*en vis nyhed og selvstændighed. Kun hvor der er tale om en virkelig frembringelse, idet der skabes noget nyt, tillægger loven denne nyskabelse*" ophavsretlig beskyttelse.
73. Subjektive og kvalitetsbetonede krav som fx at der er tale om "*keramik af høj kvalitet*" hører heller ikke hjemme i originalitetsvurderingen, jf. præmis 48 i sag C-310/17 (Levola Hengelo), hvor EU-Domstolen fastslog, at "*det i processen med identifikation af den beskyttede genstand er nødvendigt at fjerne ethvert element af subjektivitet, som skader retssikkerheden*".
74. Også appellanternes subjektive hensigt er uden betydning for vurdering af Würtz' ophavsret, jf. sag C-833/18 (Brompton Bicycle), hvor EU-Domstolen udtalte, at "*den hævede krænkers ønske irrelevant inden for rammerne af en sådan vurdering*", jf. præmis 35 (M31). Det er derfor urigtig retsanvendelse, når Sø- og Handelsretten tillagde det ophavsretlig vægt, at appellanterne "*gentagne gange sendte links til og billeder af Würtz' keramik*" ved vurderingen af Würtz' ophavsret (D111).
75. Et repræsentativt uddrag af de seneste 20 års højesteretspraksis om ophavsretlig beskyttelse af brugskunst mv. er optrykt i [materiale-samlingen]. I samme periode har EU-retspraksis udtalt sig om samme emne, jf. bl.a. ovenfor, men absolut ikke på en måde, der betyder, at den omtalte højesteretspraksis skulle være i strid med EU-retten: Var de pågældende sager fra de seneste 20 år blevet forelagt Højesteret i dag, ville udfaldet af sagerne være blevet nøjagtig det samme, enten med nøjagtig samme præmisser eller med anderledes formulerede præmisser, hvilket er uvæsentligt for afgørelse af nærværende ankesag.

MARKEDSFØRINGSLOVEN

76. Dette er ikke en markedsføringsretlig sag. Allerede fordi Bitz-stellet ikke krænker Würtz' ophavsret, kan der ikke foreligge en produkt-efterligning efter markedsføringsloven, da en sådan krænkelse ville forudsætte, at Bitz-stellet som minimum udgjorde en meget nærgående efterligning af Würtz' produkter. Det markedsføringsretlige kriterium er således ikke, om der er forvekslelighed mellem produkterne - hvilket der ikke er - og heller ikke om der foreligger en

efterligning - hvilket der ikke gør - men om der er ført bevis for en meget nærgående efterligning. Som det ses og er redegjort for ovenfor, består der så mange og væsentlige forskelle mellem de relevante produkter, at Bitz-stellet er milevidt fra Würtz' produkter, akkurat ligesom subjektiv tilregnelser er ikke-eksisterende i sagen.

77. Det understreges, at også kun de *relevante* Würtz-produkter, jf. pkt. 2 og 3 ovenfor, kan indgå i en markedsføringsretlig bedømmelse, idet Würtz også markedsføringsretligt skal føre bevis for, at Würtz' produkter var ikke alene udviklede men også kommercielt introduceret på det danske marked, og at appellanterne havde kendskab til de pågældende produkter.
78. Det afvises, at Bitz-stellet skulle være en "*tilstræbt efterligning*" af Würtz' produkter (D112 nederst). Som redegjort for allerede, hentedes appellanterne helt inden for lovgivningens rammer inspiration fra markedet, herunder Würtz, mht. idéen om en reaktiv glaserings, men end ikke dette element er skabt af Würtz eller kopieret af appellanterne, som tværtimod har foretaget en omfattende, selvstændig udviklingsindsats, jf. ovenfor, med det formål at skabe et stel med sin egen kommercielle identitet i tråd med den spirende, megatrend på markedet på daværende tidspunkt - en trend som hverken Würtz eller andre egenhændigt har skabt eller kan opnå eneret til.
79. I D111 anførte Sø- og Handelsretten videre, at "*F&H i deres kommunikation med den kinesiske producent, som endte med at producere Bitz-stellet ... gentagne gange sendte links til og billeder af Würtz' keramik for at opnå et helt bestemt udtryk i Bitz-stellet*". Dette efterlader opfattelsen af, at appellanterne ønskede at frembringe et stel, der lignede Würtz' produkter mest muligt, hvilket imidlertid er aldeles urigtigt og bestemt heller ikke blev resultatet. Som anført ovenfor stod udviklingen af Bitz-stellet på i mere end et år og skete for at realisere Christian Bitz' idé om at skabe et koncept, som kunne understøtte Bitz' ernæringsprincipper samtidig med, at det skulle følge den begyndende megatrend på markedet.
80. Endelig afvises det - og er helt udokumenteret, ulogisk og uden retlig relevans - at Bitz-stellet skulle være "*udtryk for illoyal markedsfortrængning*" (D113), og Würtz har da heller ikke dokumenteret en salgsnedgang efter lanceringen af Bitz-konceptet. Würtz' produkter kan kun købes i to forretninger i Danmark, og da en middagstallerken fra Würtz koster 569 kr. pr. styk, henvender produktet sig til en yderst begrænset køberskare, fx eksklusive restauranter. Det er derimod et yderst begrænset antal danske hjem, der dækker bordet med Würtz' produkter eller et "Würtz-stel", hvis et sådant overhovedet kan siges at eksistere.
81. I stærk kontrast hertil sælges og markedsføres Bitz-stellet netop som et samlet koncept med ikke kun tallerkener, skåle og krus, men også fx bestik, glas, fade og karaffer og meget andet, og salget sker i hele landet i fx Imerco og Kop & Kande til "hr. og fru Danmark", der typisk kender Christian Bitz fra TV, magasiner og bøger, og

som ønsker et samlet, stilfuldt hverdagsstel af ordentlig kvalitet og til en rimelig pris, og som kan inspirere til en sundere hverdag.

82. Den fremlagte forbrugerundersøgelse fra sagen mellem Würtz og Coop var baseret udelukkende på reklameavisfotos og involverede ikke Bitz' produkter. I bedste fald viser undersøgelsen, hvor ukendte Würtz' produkter var/er hos den brede befolkning, der udgør køberne af Bitz' produkter, og at der derfor ingen konkurrencerelation består mellem parternes produkter.

INHABIL SKØNSPERSON

83. Skønsperson Susse Fischer er inhabil, og der må i ankesagen ses bort fra såvel hendes erklæring (D26) som hendes forklaring (D64). Retspraksis og litteratur om emnet findes i [materialesamlingen]. Allerede i forbindelse med udmeldingen af Susse Fischer fremkom appellanterne med habilitetsindsigelser mod Susse Fischer, men indsigelserne blev ikke taget til følge, jf. retsbogsudskrift af 25. februar 2019. Fornyet indsigelse blev fremsat i ankereplikken og i processkrift af 31. januar 2019.
84. Senere, under afhjemlingen i Sø- og Handelsretten, forklarede Susse Fischer bl.a. (D65-66), at *"hun mener, at alle de virksomheder, der har produceret de for hende foreviste produkter, burde sagsøges for at have produceret for nærgående produkter"*, at *"Würtz- og Bitz-signaturerne ligger tæt på hinanden. Den ene har karakter, hvorimod den anden er 'fimsset', og at 'Würtz-stellet har en sjæl og et DNA, og det har det maskinfremstillede Bitz-stel ikke"*. Flere gange under afhjemlingen omtalte Susse Fischer appellanterne som "modparten". Også med sådanne holdningsprægede udtalelser har Susse Fischer groft overskredet sine beføjelser og skabt en sådan tvivl om sin fuldstændige upartiskhed.
85. Som vist valgte Susse Fischer umiddelbart efter afsigelse af deldommen i første instans aktivt at "synes godt om" samt på LinkedIn at dele Würtz' advokats opslag om Sø- og Handelsrettens deldom. En skønsperson er imidlertid underlagt samme habilitetskrav som en dommer, jf. retsplejelovens § 199, stk. 2, jf. § 61, og det ville selvsagt være uacceptabelt, hvis en dommer "likede" en advokats opslag om en verserende sag, hvori der var afsagt deldom i første instans, og som dommeren selv var involveret i.

WÜRTZ' PÅSTAND 2-4 OG 6

86. Påstand 2 er for uklar til at kunne føre til domfældelse, fx mht. hvad der menes med, at produkterne skal tilbagekaldes "fra markedet". Hvis det omfatter tilbagekaldelse fra selvstændige forhandlere, ville det ikke retligt kunne lade sig gøre, da ejendomsretten til produkterne er overgået til tredjemand. Det ville desuden være uproportionelt at pålægge appellanterne at tilbagekalde og destruere de omtvistede produkter.

87. Også påstand 3 er for uklar, fx i relation til at Bitz skulle fjerne "alle henvisninger" til de anførte produkter. Ikke-kommerciel brug og brug af underordnet betydning kan ikke udgøre en krænkelse, uanset en kommerciel sammenhæng, jf. UfR 2019.1109 H.
88. Påstand 4 er uproportionel, og der er hverken grundlag for at beslaglægge eller destruere Bitz-produkterne.
89. En offentliggørelse af en deldom i overensstemmelse med påstand 6 ville være uforholdsmæssigt byrdefuldt for appellanterne, særligt i lyset af at Würtz allerede har offentliggjort udfaldet af Sø- og Handelsrettens deldom på LinkedIn, ligesom at Bo Bedre allerede har skrevet en artikel med overskriften "Christian Bitz dømt i kopi-sag" med direkte link til deldommen i fuld længde. Herudover har andre nyhedsaviser som Vest Jyske og BT skrevet om Sø- og Handelsrettens dom med kommentarer fra både Kasper Würtz og dennes advokat."

F&H og Christian Bitz har vedrørende de sorte middagstallerkener med bred fane yderligere henvist til de af dem fremlagte udskrifter fra Zotman-restaurantkædens instagramprofiler, hvori der kun ses sorte tallerkener med smal fane som i Skjalm P-stellet.

F&H og Christian Bitz har ikke bestridt det, som Würtz har anført om, at den første af de Würtz-kopper, som de i deres sammenfattende processkrift har vist som et "relevant" produkt, er fra det stel, der sælges i Illums Bolighus, og dermed ikke relevant for krænkelsesspørgsmålet.

De har endvidere ikke bestridt, at de enkelte Würtz-produkter er ophavsretligt beskyttet, men har bestridt, at der kan være ophavsretlig beskyttelse af et helt stel og endsige af et glasurudtryk.

K H Würtz v/Kasper Heie Würtz har, jf. dennes sammenfattende processkrift af 26. marts 2021, yderligere gjort følgende gældende (henvisninger til ekstrakt og materialesamling udeladt):

"1.2. Alle de fremlagte eksemplarer af Würtz designs er skabt før Bitz servicet

F&H/Christian Bitzs advokat har under ankesagen gjort meget ud af at forsøge at bringe Würtz i miskredit omkring frembringelsestidspunktet af et af de mange designs, som Würtz gør gældende til støtte for sin påstand, nemlig denne tallerken:



Som forklaret af Würtz for Sø- og Handelsretten, har dette design været i Würtz sortiment siden 2006 i flere farver. Tallerkenen er solgt til NOMA i mørkegrå glasur (billedet til højre), hvilket fremgår af fremlagte bilag 4, der er dateret 2006, og har været produceret og solgt til flere kunder i sort henholdsvis grøn glasur over årene. Den har været tilgængelig i Würtz værksted. Tallerkenen er en del af det sortiment, som sælges primært til restauranter. Würtz er opmærksom på, at han tidligere har oplyst, at tallerkenen har været solgt til restauranten Fru Larsen i Århus, men det er åbenbart forkert husket. Tallerkenen blev tilbudt Fru Larsen, men de valgte et andet design. Fru Larsen har dog købt en række andre designs i den samme sorte glasur, som ovenfor vist. Se således bilag 96. Endvidere er sort tallerken med bred fane solgt til Restaurant VIVA (Bilag 31).

Tallerkenen har ikke været fremtrædende i Würtzs markedsføring, men der er også mange andre designs frembragt af Würtz, som heller ikke fremgår af Würtzs instagram profil.

I forsøget på at miskreditere Würtz, har appellanterne fremlagt udskrift fra en auktion over dele af det indbo, som NOMA solgte i forbindelse med flytning til Holmen, hvor der ikke fremgår nogen sorte tallerkener med bred fane. Dette beviser dog ingenting i denne sammenhæng.

Det er korrekt, at jeg har betegnet afbildningen som en fejl, men den afbildning, jeg henviste til, var afbildningen i dommen til HØJRE – altså siden fra NOMAs kokebog, hvor Sø- og Handelsretten viste en tallerken med meget bredere fane.

Som nye bilag 104 og 105 fremlægges tillige kopi af e-mails fra 2011 og 2012, hvoraf fremgår sorte tallerkener med bred fane – de to versioner, som også er medtaget i nærværende sag.

Det kan konkluderes, at såvel formen på den anfægtede tallerken, som den anvendte glasur ved dokumentbevis kan dateres tilbage til 2006, hvorfor Landsretten – som Sø- og Handelsretten - skal lægge til grund, at den omtvistede tallerken også fandtes på markedet, før Bitz stellet blev udviklet.

1.3. Markedet

...

Det bemærkes ..., at Würtz har henvendt sig til Kähler i relation til deres service, og gjort opmærksom, at han anser det design for problematisk.

At Würtz service markerede en nyskabelse i forhold til det 'marked' appellanterne har forsøgt at vise og fortsat adskiller sig fra det marked, fremgår i øvrigt dels af den af appellanterne selv indhentede erklæring (bilag 49)

Würtz anvendelse af spættet glasur har et særpræg i den måde hvorpå eksempelvis en tallerken præsenterer sig. Ofte er der spor af at der er to lag glasur oven på hinanden og herudover en eller flere ekstra arbejdsprocesser hvor store prikker danner nye spættede områder. De mange spættede lag der tydeligvis ikke er opstået ved en kemisk proces alene, men ved flere arbejds-gange, enten påkastet med hånden eller sprayet på, så eksempelvis den højre side af tallerkenen har flere pletter end den venstre side.

Dette udtryk var nyt og særpræget i 2003, ja selv i 2006 hvor Noma tog den til sig. I dag er dette udtryk kopieret så mange gange og i alle mulige retninger og udført af alle de store markedsførende keramiske huse. Alligevel kan vi kende en Würtz skål når vi ser den.

...

Det der fremstår som unikt er resultatet, den håndværksmæssige og kunstneriske måde hvorpå den spættede overflade får det særlige udtryk.

Som af den af skønspersonen udarbejdede skønsrapport (Dommen s. 29-30)

Würtz anvender på alle de i denne sag omfattede steldele, en meget karakteristisk farvet spættet glasur. En glasur teknik der har været anvendt i Kina (Jung og Fang glasurer) igennem århundreder og i Danmark op gennem 20'erne og 30'erne – i 70'erne hvor den spættede glasur igen blev moderne, og supplerede de ensfarvede pastel glasurer med enkel stram dekoration

Würtz begynder at anvende den spættede glasur fra 2000 og frem, og har gennem årene udviklet og raffineret teknikken til det meget særprægede og egenartede udtryk, glassuren har i dag. Gennemfarvet mat overflade med mørkere blanke uens spættede områder. Ikke to emner fremstår ens. Resultatet er en meget karakteristisk og særpræget glasur, der absolut ikke var trendy i 2003, hvor stellet blev lanceret i Danmark.

Farvevalget i sorte, grå og grågrønne toner, skiller sig ligeledes ud fra det, der var moderne på det tidspunkt.

...

2.2. Indledende bemærkninger til appellanternes anbringender

Appellanterne har for Landsretten fokuseret på at gøre følgende forhold gældende:

- Würtz skulle ikke have dokumenteret, at den sorte tallerken med bred fane har været skabt før Bitz stellet

Dette bestrides med henvisning til dokumentationen ovenfor. Der er tale om et forsøg fra appellanternes side på at afspore sagen. Der foreligger såvel e-mails, der viser billeder af tallerkenen dateret 2011, den grå tallerken med samme form er dokumenteret skabt i 2006, den sorte tallerken vil blive bekræftet set af Fru Larsens indehaver allerede omkring 2012 og endelig er den anvendte glasur dokumenteret frembragt allerede i 2006. Uagtet om der skulle være udfordringer med dokumentation for denne specifikke tallerken, bemærkes at der også foreligger en krænkelse af de designs, som i øvrigt er dokumenteret af Würtz.

- Den udpegede skønsperson skulle være inhabil.

Dette bestrides. Igen er der tale om et forsøg fra appellanternes side på at afspore sagen. Den udpegede skønsperson er på ingen måde inhabil, hvilket også Sø- og Handelsretten og Østre Landsret har accepteret. Appellanterne har accepteret af betale skønspersonens honorar, har accepteret udpegning af samme, har undladt at anmode om nyt syn- og skøn endskønt opfordret dertil, hvorfor den afgivne erklæring kan lægges til grund uden videre.

Derudover har appellanterne ikke fremlagt noget materiale, som kan ændre sagen, som den forelå for Sø- og Handelsretten.

2.3. Ophavsret

2.3.1. Würtz stellet er ophavsretligt beskyttet

...

EU-Domstolens fortolkning af værksbegrebet må tillige anses for anerkendt i danske retspraksis jf. Østre Landsrets afgørelse i U2020.2532OL (Anne Black), hvor retten ordret anvendte ordlyden "*hængepotten er udtryk for Anne Blacks egen intellektuelle frembringelse*"

...

2.3.4. Øvrige omstændigheder – herunder spørgsmålet om trend – taler til Würtzs fordel

Appellanterne har søgt at gøre gældende, at der skulle være en trend i markedet mod et udtryk, som ligner Würtz udtryk, og at dette skulle indebære, at det omtvistede stel ikke krænker Würtz rettigheder.

Dette bestrides af Würtz.

Det bestrides ikke, at flere konkurrenter har søgt at eftergøre Würtzs udtryk, men ved nøje studier af rækkefølgen af de fremkomne stel fremgår det klart, at appellanterne var de første, som bevidst søgte at

kopiere Würtzs udtryk for at udnytte den succes, der lå i Würtzs frem-synethed. Det er konkret bevist, at appellanterne slavisk har søgt at efterligne Würtzs udtryk, og der foreligger ingen dokumentation for, at andre før appellanterne har iværksat en lignende produktion. De eksempler på andre keramiske stel, som er fremlagt af appellanterne og som daterer sig før appellanternes stel, har ikke samme lighed med Würtz stel som det omtvistede stel, og de indebærer ikke, at beskyttelsen af Würtzs frembringelse står svagere.

For så vidt angår eventuelt efterfølgende stel har Würtz kontaktet Kähler og tilkendegivet, at han tager forbehold for at gøre sine rettigheder gældende efter afslutning af nærværende sag. I relation til de øvrige efterfølgende stel bemærkes, at ingen af disse ligger så tæt på Würtzs udtryk som appellanternes og det bemærkes endvidere, at flere af de øvrige stel adskiller sig på andre måder fra Würtz service. Würtz forbeholder sig dog at henvende sig til disse producenter også. De fleste af producenterne er kendte for at låne af andres designs.

Med andre ord indebærer den mulige trend, som har været fra ca. 2016 mod mere jordagtige farver og mere rå udtryk ikke, at beskyttelsesomfanget af Würtz stel står svagere, eller at Bitz stel ikke udgør en krænkelse af Würtz rettigheder. Som det fremgår af appellanternes egne eksperterers udsagn (bilag 49), fremstår Würtz design fortsat som ikonisk i markedet.

Om et produkt har skabt en trend, været med til at skabe en trend eller været en del af en trend udelukker ikke ophavsretlig beskyttelse – snarere tværtimod. Det gøres gældende, at det forhold at Würtz betegnes som trendsætter indebærer, at Würtz designs må anses for at være et resultat af en række kreative valg, som har skabt et meget klart og veldefineret udtryk, som andre har fundet så interessant, at de har ønsket at blive inspireret af det.

Det forhold, at appellanterne har ladet sig inspirere af Würtz design, indebærer en krænkelse. At flere andre efterfølgende har valgt at lade sig inspirere af Würtz og har frembragt andre serier med lignende karakteristika indebærer ikke, at appellanterne, som var de første til at kopiere Würtz design, ikke krænker Würtz rettigheder.

Det er værd at tilføje, at danske designklassikere, møbelklassikere fra 50'erne for eksempel, også var en del af en trend. Dette er en naturlig del af designfaget. Skønspersonen formulerer dette i sit svar til spørgsmål IM. Det indebærer ikke, at de kendte, danske designklassikere fra 50'erne ikke nyder beskyttelse imod efterligninger. Det er afgørende, om de enkelte stel har kunnet skabe et selvstændigt, særpræget helhedsindtryk. Dette har skønspersonen i sine svar bekræftet, at Würtz stellet har skabt. Herefter er spørgsmålet, om dette helhedsindtryk kan genfindes hos F&Hs stel på en måde, så det krænker Würtzs immaterielle rettigheder.

Der henvises endvidere til omtale af reglen i den videnskabelige artikel gengivet i ...

2.3.5. Skønsrapporten støtter Würtzs påstand om krænkelse af op-havsret

Appellanterne har stillet flere spørgsmål til skønspersonen om, hvorvidt de omtvistede stel har været en del af en trend i markedet. Disse spørgsmål er givet stillet med henblik på at forsøge at få fastslået, at Würtz stel ikke adskiller sig tilstrækkeligt fra den generelle trend i markedet til, at fremtoningen af Würtzs værker kan anses for at være et resultat af en beskyttelsesværdig kreativ indsats. Appellanterne definerer trend som "en opadgående tendens i efterspørgslen af sådanne produkter samt en opadgående tendens i antallet af virksomheder, der fremstiller og udbyder sådanne produkter", jf. spørgsmål IQ. Ordet trend har i ordbogen dog en mere simpel definition på "tendens, retning eller strømning i tiden, inden for fx kunst, musik, politik eller tøj" [fodnote 1: henvisning til ordnet.dk]. Da Würtz finder ordbogens definition mere korrekt, vil der herunder tages udgangspunkt i denne.

I sine svar til de stillede spørgsmål anfører skønspersonen, at der ganske rigtigt i markedet har været en generel trend imod anvendelse af spættet glasur, men Würtz designs adskiller sig klart fra alle andre tilsvarende produkter (spørgsmål 13). Skønspersonen anfører (Dommen 37):

"De viste eksempler er med meget forskellige reaktionsglasurer, spættede, spraglede, brogede, plettede og melerede glasurer. Også formsproget er vidt forskelligt. Ingen af de viste produkter ligner hverken Würtz' eller F&Hs stel.

Skønspersonen må konstatere, at da det var Würtz der startede trenden, ligner Würtz stellet ikke de viste produkter, hvor derimod F&H ligner de viste produkter, især i eksemplerne fra 2016."

Skønspersonen beskriver den historiske trend bag farvet spættet glasur. Denne glasurmetode har således været brugt i århundreder og gået ind og ud af mode i Danmark i 20'erne og 30'erne, derefter 70'erne og til dels igen 2010'erne. Skønspersonen anfører korrekt, at Würtz stellet ikke var nogen trend i 2003, hvor stellet blev lanceret i Danmark. Dette gælder farvevalget, de matte overflader samt den karakteristiske og særprægede glasur. Skønspersonen angiver, at der først var en decideret trend fra 2013/2014 og frem. Würtzs stel blev lanceret 10 år før denne trend opstod. Skønspersonen finder derimod, at F&Hs stel alene følger denne trend, som skønspersonen finder, at Würtz har skabt.

Skønspersonen finder, at der i 2015, da F&Hs stel blev lanceret, fandtes en del lignende stel på markedet, men at Würtzs stel alligevel skilte sig ud, jf. svar til spørgsmål 9. Skønspersonen beskriver endda disse produkter som "efterligninger".

Appellanterne har præsenteret et meget stort antal stel, som efter appellanternes opfattelse skulle ligne de omtvistede produkter.

Det følger dog samlet set af skønspersonens rapport og navnlig svarene til spørgsmål 13 og 14 (Dommen 37), at appellanternes serie af produk-

ter har kopieret de karakteristiske detaljer ved Würtz designs og ikke kan siges at have kopieret elementer fra andre tilsvarende designs på markedet på det pågældende tidspunkt.

Würtz skal således bestride, at der er præsenteret stel, der ligner Würtz designs, på samme måde som appellanternes stel gør. Skønspersonen er enig heri, jf. nedenstående.

Skønspersonen mener også, at der foreligger en risiko for forveksling mellem de to stel for den almindelige forbruger. At helhedsindtrykket imellem de to stel er så ens og forveksleligt gør, at forbrugere kan forveksle appellanternes stel til at være et supplement til Würtz stel. For eksempel kan en forbruger supplere Würtz tallerkener, de ejer, med appellanternes drikkekrus eller skåle. Denne forvekslelighed og status som supplement medfører en væsentlig markedsfortrængning på appellanternes produkter.

2.3.6. Appellanternes egen sagkyndige rapport støtter Würtz påstand om krænkelse af ophavsret

Det bemærkes, at appellanternes egne sagkyndige i deres erklæring anfører, at Würtz udtryk er unikt – uanset andre tidligere anvendelser af reaktiv glasur teknik og at det er Würtz, som er foregangsmand for alle senere eksempler på brugen af reaktiv glasur. De anfører blandt andet om reaktiv glasurteknik:

”Uanset hvem der før Würtz, har arbejdet med spættet glasur, så vil Würtz salg af stentøj til NOMA i 2006 og fremvisning heraf med bogen om NOMA udgivet i 2010 som tricker, og den efterfølgende presseomtale og visning i tv-udsendelser, så er det vores opfattelse, at denne manifestation har været det der bekræfte andre (store) producenter i, at et sådant udtryk har et potentielt stort marked og derfor er værdifuldt, ja nødvendigt, at følge.”

”Nej teknikken er gammel og kendt af alle keramikere med en dyb faglig viden og erfaring.

Og alligevel, ja. Würtz glaseringsteknik er unik dels i den forstand, at den er trendsættende, dels at der er en velkendt teknik, der er taget op igen, men nu udført på en særlig kunstnerisk og unik måde.”

Denne udtalelse støtter således Würtz. Det fremgår således, at Würtz udtryk fortsat er unikt.

...

2.3.8. Cofemel-afgørelsen og Højesterets forkerte gengivelse af dens indhold i U. 2020.2817H Ilse Jacobsen

Jeg forventer, at appellanternes advokat vil bruge meget tid på at diskutere konsekvenserne af Cofemel-afgørelsen og referencerne til præmisserne i U 2020.2817H.

Cofemel-afgørelsen skal læses med de meget specifikke forhold for øje, at den dels vedrørte nogle designelementer ved beklædning, som normalt ikke kan tillægges ophavsretlig beskyttelse, og dels skulle forholde sig til en særlig portugisisk regel, hvorefter ophavsret til brugskunst alene kunne tildeles, hvis værket besad en særlig æstetisk fremtoning. Disse forhold har gjort, at dommen ofte mistolkes.

Højsteret har også mistolket afgørelsen i Ilse Jacobsen sagen, hvor den citeres for at have anført følgende:

I præmis 54 anførte Domstolen, at det ganske vist er korrekt, at betragtninger af æstetisk karakter indgår i kreativ virksomhed, men at det ikke desto mindre er således, at »den omstændighed, at en model skaber en æstetisk virkning, ikke i sig selv gør det muligt at fastslå, om denne model udgør en intellektuel frembringelse, der afspejler ophavsmandens valgfrihed og personlighed, og dermed opfylder kravet om originalitet«. På den baggrund kom EU-Domstolen til det resultat, at det forhold, at de pågældende tøjmodeller ud over deres funktionsmæssige formål frembringer en særegen og karakteristisk visuel effekt set ud fra en æstetisk synsvinkel, ikke kan begrunde, at disse modeller kvalificeres som »værker« som omhandlet i Infosoc-direktivet. Heraf fulgte, at de ikke kunne tildeles ophavsretlig beskyttelse.

Som det fremgår af dommen, er det imidlertid ikke tilstrækkeligt til at blive kvalificeret som et værk, at de pågældende tøjmodeller ud over deres funktionsmæssige formål frembringer en særegen og karakteristisk effekt set ud fra en æstetisk synsvinkel - heller ikke, selv om tøjmodellerne er frugten af fremstillingskoncepter og -processer, der anerkendes som innovative inden for modeverdenen.

Højsteret finder, at det, der efter dommen i Cofemel-sagen gælder for bedømmelsen af ophavsret til tøjmodeller, må antages at gælde tilsvarende for så vidt angår fodtøj, herunder gummistøvler.

Det er korrekt, at Cofemel-dommen angiver, at æstetisk udstråling ikke i sig selv kan begrunde ophavsretlig beskyttelse. Begrundelsen for dette er, at æstetik er subjektiv og afhænger af øjnene der ser. Det indebærer ikke, at en kreativ frembringelse kan nyde beskyttelse. Grunden til, at EU-domstolen fokuserede på æstetik, var den simple, at det var det, domstolen var blevet bedt om at forholde sig til. Den portugisiske ophavsretslov stillede som krav for beskyttelse, at værket havde en særlig æstetisk fremtoning.

EU-domstolen tog ikke – som det ellers påpeges af Højesteret – stilling til, om de påberåbte designelementer nød ophavsretlig beskyttelse, men fastslog alene, at der ikke kan stilles krav om særlig æstetisk fremtoning for at give beskyttelse efter de EU-harmoniserede regler. Det er tilstrækkeligt, at værket fremstår som designerens egen kreative frembringelse.

Appellantens advokat vil med henvisning til Cofemel-afgørelsens præmis 29 og 32 givet også gøre gældende, at Würtz værk ikke kan defineres tilstrækkeligt præcist og objektivt, hvorfor det ikke bør kunne nyde ophavsretlig beskyttelse. Intet kan være mere forkert. Kravet om, at

værkets særegne beskyttelsesværdige karakter skal kunne konstateres, relaterer sig til Levolo Hengolo (C-310/17) som præmis 29 også henviser til, og som vedrørte spørgsmålet om der kunne opnås ophavsret til lugten af en ost. I denne afgørelse fastslog domstolen, at lugt opfattes forskelligt fra person til person og således ikke kan defineres med tilstrækkelig præcision præmis 40-45. Det er uomtvisteligt, at Würtz værker – de enkelte steldele – uden problemer kan konstateres og defineres, hvorfor Würtz service opfylder begge betingelser for at opnå ophavsretlig beskyttelse.

Appellantens advokat vil endvidere givet med henvisning til dommens præmis 50 gøre gældende, at ophavsret ikke skal tildeles brugskunst. Intet kunne være mere forkert. Der henvises i det hele til professor Jens Schovsbos særdeles kyndige artikel om Cofemel-afgørelsen og om dette forhold navnlig s. 337. Schovsbo konkluderer der, at der alene er meget lidt tilbage til design beskyttelse. I artiklen gør Schovsbo sig i øvrigt til talsmand for – med rette – at Nørgaard sagen om beskyttelse af Nørgaards ikoniske t-shirt ville have fået et andet udfald i dag efter Cofemel. Cofemel-afgørelsen øger således utvivlsomt området for værksbeskyttelse, og øger tillige – i relation til traditionel dansk ret – også krænkellesområdet, da den traditionelle begrænsning til nærgående efterligninger ikke længere kan opretholdes. Se herom også professor Rosenmeiers gengivelse af Cofemel-afgørelsen gengivet i *Immaterieret*, 6. udgave s. 159-160+166-167.

Det kan konkluderes, at Cofemel-afgørelsen alene støtter Würtzs synspunkter i denne sag. At ophavsret af EU-domstolen vurderes til at have bred anvendelse, fremgår også af den seneste afgørelse om forholdet mellem ophavsret og patentret – *Brompton Bicycle* sagen (C-833/18) – præmis 26.

2.3.9. De af påstand 1 b-e omfattede produkter krænker også Würtzs rettigheder

Sø- og Handelsretten fandt ikke, at disse produkter krænkede Würtzs ophavsret. Det hang sammen med, at Sø- og Handelsretten ikke fandt, at Würtzs glasurudtryk var tilstrækkeligt veldefineret til at nyde beskyttelse. Det svarer til, at retten ikke ville give særskilt ophavsretlig beskyttelse til et kreativt og beskyttelsesværdigt mønster på en kjole eller på et møbelstof. Dette er lodret imod dansk praksis.

Som anført ovenfor, kan der ikke herske tvivl om, at også Würtzs særprægede og ikoniske glasurudtryk nyder selvstændig beskyttelse mod kopiering.

Som det vil fremgå ved besigtigelse af de af disse påstande omfattede produkter, så består yderfladerne på alle produkter af et mønster eller glasurudtryk, der for alle produkters vedkommende er produceret med henblik på at opnå netop dette udtryk. Udtrykket har en nær lighedsfornemmelse, når det sammenholdes med Würtzs kreative værker.

Som det fremgår ovenfor, er forudsætning for krænkelse af et værk, at der i kopien er overtaget beskyttet materiale. Det er ikke afgørende, om

der ud over det beskyttede materiale er tilført andre elementer – så som farvet glasur indvendigt i produkterne, så længe de overtagne beskyttede dele fortsat kan erkendes. Der henvises til Rosenmeier.

Som følge heraf udgør de af påstandene omfattede produkter krænkelse af Würtz rettigheder.

2.4 Markedsføringsret

...

2.4.2 Bitz stel er en ulovlig produktefterligning

...

Endelig kan det konstateres, at appellanternes egen advokat i forbindelse med den tidligere retssag mod COOP fremlagde en markedsundersøgelse, hvor netop Bitz service var medtaget som et konkurrerende service, og hvor undersøgelsen viste, at 28% af de adspurgte mente, at Würtz sorte tallerken med smal fane hidrørte fra Bitz (Bilag 95). Appellanternes advokat udtalte endda i Højesteret, at det burde være noget, Würtz skulle bekymre sig om. Appellanternes nuværende advokat var selvsagt ikke advokat for appellanterne dengang.

...

2.5 Appellanternes kopiering er illoyal og sket i solid ond tro

...

For så vidt angår Christian Bitz kendskab til Würtz værker henvises der til Bitz vidneforklaringer afgivet under hhv. fogedsagen og 1. instans behandlingen i Sø- og Handelsretten. I fogedsagen er det af Christian Bitz udtalt, at han i foråret 2015 til programmet Go' appetit anvendte Würtz stel og at:

"Han stiftede kendskab med Würtz i 2012 i forbindelse med sin første kogebog. Fotografen kendte Kasper Würtz, der leverede skåle og tallerkener, som han fik lov til at beholde."

Desuden udtalte Christian Bitz yderligere i forbindelse med sin vidneforklaring ved sagens behandling ved Sø- og Handelsretten i år 2020, at

"Han har brugt Würtz' stentøj i kogebøger og i TV-udsendelser samt på Feast-app'en. Han satte Jacob Jønck, der udviklede Feast-app'en, i forbindelse med Kasper Würtz, fordi Jacob Jønck ledte efter service, der skulle bruges i videoerne på app'en."

Det er ud fra forklaringerne tydeligt, at Christian Bitz, forud for påbegyndelsen af udviklingen af det omstridte Bitz stel, havde kendskab til Würtz og hans værker og at han dertil yndede at benytte disse i forbindelse med præsentation og anretning af sin mad.

Tilsvarende gøres det gældende, at F&H havde solidt kendskab til Würtz og dennes værker forud for lanceringen af de omstridte produkter. Dette kan udledes af bl.a. bilag 57, som viser hvordan Poul-Erik Brandt, indkøbschef i F&H, beder den kinesiske producent om at undersøge Würtzs hjemmeside og studere glaseringen på Würtzs værker. Der kan derfor ikke være tvivl om, at F&H også havde kendskab til Würtzs værker forud for lanceringen – såvel som udviklingen - af de omstridte produkter.

...

Det kan ... konstateres, at appellanterne ønsker at få deres Bitz stel til at fremstå som håndlavet, hvilket er endnu et argument for krænkelse af Würtz rettigheder.

2.6. Seriekopiering er skærpende

...

Det kan konstateres, at appellanterne senest har kopieret også et af Würtzs andre servicer i hvid jf. bilag 100-103.

3. Ad. Påstand 2-4 og 6

...

Bestemmelserne i ophavsretslovens §§ 84 og 84a er begge baseret på retshåndhævelsesdirektivet og dets artikel 10. Dette fremgår af lovforarbejderne fra 2005.

Det fremgår tillige af re[ts]håndhævelsesdirektivet, at begrundelsen for de korrigerende foranstaltninger er ønsket om at standse fremtidig krænkelse og afskrække krænkeren fra at fortsætte krænkelsen (betragtning 24 og betragtning 27, samt art. 3, stk. 2.

Henset til den eksorbitant omfattende krænkelse af Würtzs rettigheder, der har fundet sted (antagelig en omsætning på mere end 100 millioner kr.), at appellanterne bevidst har foretaget krænkelsen, samt løbende udvidet deres sortiment med flere krænkende produkter og at der endelig må forventes at være et meget stort antal kopier i detailhandelen, som tilhører appellanterne og deres kontrollerede selskaber, må de tre påstande anses for proportionelle.

Navnlig henset til, at Würtz nu har konkretiseret sin påstand 3, således at den alene omfatter tilbagekaldelse af krænkende servicedele, som appellanterne kan få rådighed over og ikke kopier, som allerede måtte være solgt til slutbrugere, må påstandene anses for rimelige. Hvis landsretten desuagtet afstår fra at give medhold i de anførte påstande, må bestemmelserne synes uden effekt.

...

Der henvises endvidere til, at forholdene omkring et lille søkortfirma, som sælger søkort indeholdende loddata tilhørende den danske stat, ikke kan anses for mere dadelværdig end en milliardvirksomhed, der kopierer en lille designers ophavsretligt beskyttede værk, hvorfor betingelserne for offentliggørelse af en fældende dom må anses for rimelig og adækvat. Der henvises til U2014.1396H.

4. Appellanterne kan ikke påstå, at skønspersonen er inhabil

Det gøres af Würtz gældende, at appellanterne har forpasset deres mulighed for at nedlægge påstand om, eller i øvrigt at gøre gældende, at den udpegede skønsperson ved udpegning var, eller senere blev inhabil som følge af sine handlinger. Der henvises i det hele til redegørelsen i mit processkrift dateret 28. august 2020 og den efterfølgende retsbog dateret 31. august 2020. Der er tale om et, efter Würtzs opfattelse, ondsindet forsøg på at desavouere en anerkendt skønspersons udsagn alene som følge af, at udsagnet er gået appellanterne imod."

Würtz har herudover om de sorte tallerkener med bred fane henvist til den under hovedforhandlingen fremlagte faktura til Restaurant Holding "Zotman & Co.". Würtz har endvidere anført, at den første af de Würtz-kopper, som F&H og Christian Bitz i deres sammenfattende processkrift har vist som et "relevant" produkt er fra det stel, der sælges i Illums Bolighus, og dermed ikke relevant for krænkelsspørgsmålet.

Retsgrundlaget

Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2004/48/EF af 29. april 2004 om håndhævelsen af intellektuelle ejendomsrettigheder (retshåndhævelsesdirektivet) indeholder blandt andet følgende betragtninger og bestemmelser:

- "(24) Afhængigt af den enkelte sag, og hvis omstændighederne tilsiger det, bør de foranstaltninger, procedurer og retsmidler, der skal indføres, omfatte prohibitive foranstaltninger med henblik på at forebygge yderligere krænkelser af de intellektuelle ejendomsrettigheder. Der bør desuden, i givet fald for den krænkedes parts regning, kunne iværksættes korrigerende foranstaltninger, som f.eks. tilbagekaldelse, endelig fjernelse fra handelen eller tilintetgørelse af de rettighedskrænkende varer, og hvis det er relevant, af de materialer og redskaber, der primært har været anvendt til at skabe eller fremstille varerne. Disse korrigerende foranstaltninger bør tage hensyn til tredjemands interesser, herunder navnlig forbrugere og privatpersoner, der har handlet i god tro."

...

Artikel 10

Korrigerende foranstaltninger

1. Uden at det berører den erstatning, der skal udredes til rettighedshaveren som følge af krænkelsen, og uden nogen form for godtgørelse sikrer medlemsstaterne, at de kompetente retslige myndigheder på begæring af rekvirenten kan kræve, at der træffes passende foranstaltninger over for varer, som de har fastslået krænker en intellektuel ejendomsrettighed, og i påkommende tilfælde over for de materialer og redskaber, der primært har været anvendt til at skabe eller fremstille de pågældende varer. Disse foranstaltninger omfatter:

- a) tilbagekaldelse fra handelen
- b) endelig fjernelse fra handelen
- c) tilintetgørelse.

2. De retslige myndigheder beordrer disse foranstaltninger gennemført for rettighedskrænkerens regning, medmindre særlige grunde taler herimod.

3. Når en begæring om korrigerende foranstaltninger behandles, tages der hensyn til, at der skal være et forholdsmæssigt forhold mellem krænkelsens omfang og de beordrede retsmidler samt tredjemands interesser.

...

Artikel 15

Offentliggørelse af retsafgørelser

Medlemsstaterne sikrer, at de retslige myndigheder i søgsmål vedrørende krænkelse af intellektuelle ejendomsrettigheder kan træffe afgørelse om, at der på begæring af rekvirenten og for den krænkende parts regning træffes passende foranstaltninger til formidling af information om afgørelsen, og at retsafgørelsen opslås og offentliggøres i sin helhed eller i uddrag. Medlemsstaterne kan give mulighed for yderligere offentliggørelsesforanstaltninger, der er afpasset efter de særlige forhold, herunder bekendtgørelse på en iøjnefaldende måde."

De nævnte dele af direktivet er gennemført ved ophavsretslovens § 84 og § 84 a, som blev indsat ved lov nr. 1430 af 21. december 2005 om ændring af patentloven, ophavsretsloven med flere love (Implementering af EF-direktiv 2004/48/EF om håndhævelsen af intellektuelle rettigheder), jf. herved de specielle bemærkninger til de foreslåede nye bestemmelser i ophavsretslovens § 84 og § 84 a i lovforslaget hertil (lovforslag nr. 48 af 9. november 2005, bemærkninger til § 5, nr. 5 og 6).

Bestemmelserne lyder:

”§ 84. Retten kan ved dom bestemme, at eksemplarer, som krænker retten til værker eller frembringelser, der beskyttes efter §§ 65-71, skal

- 1) tilbagekaldes fra handelen,
- 2) endeligt fjernes fra handelen,
- 3) tilintetgøres eller
- 4) udleveres til den forurettede.

Stk. 2....

Stk. 3. Foranstaltninger efter stk. 1 skal gennemføres uden nogen form for godtgørelse til krænkeren og berører ikke en mulig erstatning til den forurettede. Foranstaltningerne skal gennemføres for krænkerens regning, medmindre særlige grunde taler herimod.

Stk. 4. Ved en dom om foranstaltninger efter stk. 1 skal retten tage hensyn til, at der skal være forholdsmæssighed mellem krænkelsens omfang og de beordrede retsmidler samt tredjemands interesser.

§ 84 a. I en dom, hvorved nogen dømmes efter §§ 83 eller 84, kan retten på begæring bestemme, at dommen skal offentliggøres i sin helhed eller i uddrag.

Stk. 2. Pligten til offentliggørelsen påhviler krænkeren. Offentliggørelsen skal ske for krænkerens regning og på en så fremtrædende måde, som det med rimelighed kan forlanges.”

Landsrettens begrundelse og resultat

Grundlaget for landsrettens bedømmelse – Würtz’ produkter

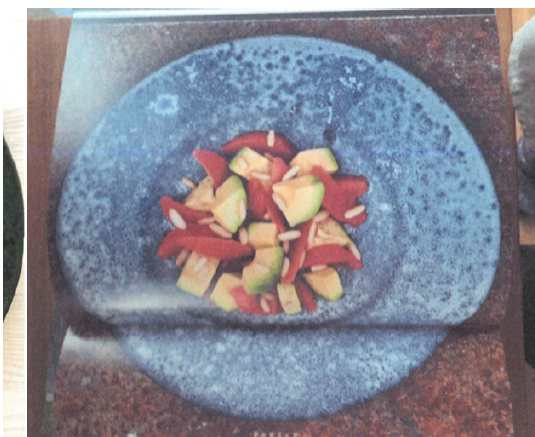
For landsretten har det været et væsentligt stridspunkt, hvilke Würtz-produkter der kan og skal indgå ved bedømmelsen af, om der er sket krænkelse efter op-havsretsloven og/eller markedsføringsloven.

Der er mellem parterne enighed om, at det såkaldte Skjalm P-stel, der er et hånddrejet stel i grå og sort med spættet glasur, som indeholder middags- og frokosttallerkener med smal afrundet fane, skåle og krus, er gjort tilgængeligt for almenheden før 2014. Stellet er gengivet i Sø- og Handelsrettens dom s. 4-5, hvor der dog også på det øverste billede s. 4 ses en sort tallerken med bred fane, som ikke indgår i det pågældende stel.

Der er endvidere enighed om, at Kasper Würtz ikke har fremstillet et ”restaurationsstel”, men at han før 2014 har fremstillet og solgt hånddrejede såkaldte ”restauranttallerkener”, som er middagstallerkener i grå med spættet glasur og bred fane. Disse tallerkener er solgt til en række high end-restauranter, herunder Noma (den såkaldte ”Noma-tallerken”) og Fru Larsen (”Fru Larsen-tallerkenen”). Restauranttallerkenerne ser ud som følger:

Noma-tallerken gengivet i signaturbogen om Noma fra 2013

Fru Larsen-tallerken på www.gastropassion den 12. februar 2012



Parterne er derimod uenige om, hvorvidt Kasper Würtz har gjort en grøn og en sort middagstallerken med bred fane, en grøn og sort frokosttallerken med bred fane og en sort skyrskål tilgængelig for almenheden på et tidspunkt og en måde, der betyder, at disse produkter kan indgå ved vurderingen af, om der er sket krænkelse.

Landsretten finder, at det ved den skete bevisførelse, herunder Kasper Würtz og Tommy Friis' forklaringer for landsretten, det fremlagte materiale om salg til Restaurant Holding "Zotman & Co.", mailkorrespondancen i marts 2011 med Robert Nilsson og fotos af grønne Würtz-keramikprodukter, ikke er godtgjort, at Würtz, før F&H og Christian Bitz indledte processen, der førte til Bitz-produkterne, har gjort den grønne og sorte middagstallerken med bred fane, den grøn og sorte frokosttallerken med bred fane og den sorte skyrskål tilgængelig for almenheden på en måde, som gør, at disse tallerkener og denne skål kan indgå ved bedømmelsen af, om der er sket krænkelse.

Landsretten tager herefter alene udgangspunkt i Skjalm P-stellet og de to restaurant(middags)tallerkener med bred fane.

I hvert fald den grønne og sorte middagstallerken med bred fane indgik blandt de produkter, som lå til grund for skønserklæringen for Sø- og Handelsretten. Skønserklæringen for Sø- og Handelsretten må af samme grund indgå med den mindre vægt ved landsrettens vurdering, der følger af, at skønsmændene har haft et til dels fejlagtigt grundlag for sin bedømmelse.

Parterne indhentede i den forudgående forbudssag, som blev afgjort ved Sø- og Handelsrettens kendelse af 15. november 2016 i sag A-19-16, sagkyndige erklæringer fra keramikeren Mark Lauberg (af Würtz) og fra designeren Kim Meyer Andersen og keramikeren Finn Damm Rasmussen (af F&H og Christian Bitz). I Mark Laubergs erklæring nævnes "Würtz' spisestel" uden angivelse af, hvilket stel der refereres til. De viste billeder synes at være af Skjalm P-stellet. Af Kim Meyer Andersen og Finn Damm Rasmussens erklæring fremgår, at de sagkyndige,

udover Skjalm P-stellet og Noma-tallerkenen, tillige tog udgangspunkt i et Würtz-stel, der sælges i Illums Bolighus, som parterne nu er enige om, ikke skal indgå ved bedømmelsen af, om der er sket krænkelse. Selvom i hvert fald erklæringen fra Kim Meyer Andersen og Finn Damm Rasmussen er afgivet på et til dels irrelevant grundlag, finder landsretten, at begge erklæringer – når hensyn tages hertil – kan tages i betragtning ved landsrettens vurdering af krænkelsesspørgsmålet. Der foreligger endvidere en skønserklæring fra Pil Bredahl af 15. februar 2016 i den ved Højesterets dom af 18. december 2018, gengivet i U.2019.1109, afgjorte tvist mellem Würtz og Coop Danmark A/S. Det nævnes ikke i dommens referat af erklæringen, hvilke produkter skønsmanden fik forevist. Tvisten angik imidlertid produkter fra Skjalm P-stellet, og det må derfor antages, at skønsmanden er blevet anmodet om at se på produkter fra dette stel. Ved vurderingen af, om Würtz' værker er ophavsretligt beskyttet, kan også denne erklæring indgå om end med den mindre vægt, som følger af, at bedømmelsesgrundlaget ikke er nærmere oplyst, og at den er indhentet til brug for en anden sag.

Skønsmanden for Sø- og Handelsretten - habilitet

F&H og Christian Bitz har under proceduren gentaget en påstand, hvorefter skønserklæringen for Sø- og Handelsretten skal udgå af sagen, som landsretten tog stilling til ved indledningen af hovedforhandlingen, og som til dels svarer til en tidligere nedlagt påstand om, at skønserklæringen og skønsmandens forklaring skulle udgå af dommen, som landsretten tog stilling til under et retsmøde den 31. august 2020.

Landsretten finder fortsat, at det ikke nu kan bestemmes, at en i tidligere instans indhentet skønserklæring skal udgå af ankesagen. Landsretten ændrer derfor ikke på det tidligere bestemte om, at F&H og Christian Bitz' påstand herom ikke tages til følge.

For så vidt angår spørgsmålet om, hvorvidt erklæringen kan tillægges betydning ved vurderingen af krænkelsesspørgsmålet, er der ved Sø- og Handelsrettens afgørelse af 25. februar 2019, der ikke er kæret, endeligt taget stilling til de på tidspunktet for udmeldingen rejste indsigelser fra F&H og Christian Bitz vedrørende skønsmandens habilitet. Skønsmanden må herefter anses for at have været habil, da hun blev udmeldt.

De værdiladede udsagn, som skønsmanden afgav under afhjemlingen, er fremkommet, efter at hun afgav skønserklæring. Det samme gælder den offentlige tilkendegivelse om skønsmandens holdning til sagens udfald, som hendes "like" af advokat Johan Løjes opslag på LinkedIn om deldommen må ses som udtryk for.

Der er ikke i øvrigt fremkommet oplysninger, som giver grundlag for berettiget tvivl om skønsmandens fuldstændige upartiskhed, jf. retsplejelovens § 199, stk. 2, jf. § 61, ved afgivelsen af skønserklæringen. Landsretten finder derfor, at erklæringen – med de begrænsninger, der følger af det ovenfor anførte om skønsmandens bedømmelsesgrundlag – kan indgå ved landsrettens vurdering af krænkelsspørgsmålet.

Krænkelsspørgsmålet – påstand 1

F&H og Christian Bitz har ikke bestridt, at de enkelte Würtz-produkter er ophavsretligt beskyttet, men har bestridt, at der er ophavsretlig beskyttelse af et helt stel endsige af et glasurudtryk.

Efter landsrettens besigtigelse, skønserklæringen afgivet af Susse Fischer Gulmann, de sagkyndige erklæringer i forbudssagen og skønserklæringen fra Pil Bredahl i sagen mellem Würtz og Coop A/S finder landsretten, at Würtz' Skjalm P-stel og restauranttallerkenerne må anses for at være udtryk for Würtz' egen intellektuelle frembringelse, idet værkerne afspejler hans personlighed og udtrykker hans frie og kreative valg, og at værkerne kan identificeres på tilstrækkelig præcis og objektiv vis. Landsretten har herved lagt vægt på, at der er tale om hånddrejet og håndglaseret keramik af høj kvalitet med individuelle variationer i form, godstykkelse mv., der understreger, at der er tale om håndlavede produkter, samt en æstetisk tyngde og intensitet i kombination med en fysisk tyngde i designet. På både stellet og restauranttallerkenerne er der endvidere anvendt et særligt spættet mønster, som fremkommer ved brug af en klassisk glasurteknik. Ved den her anvendte karakteristiske komposition af spættede områder og mat glasur opstår en spænding og et indtryk af, at hvert produkt er skabt for at opnå et bevidst tilfældigt udtryk, hvilket yderligere får det enkelte produkt til at fremstå som unika. De enkelte dele i Skjalm P-stellet fremstår samtidig med sådanne fælles karakteristika i form af navnlig farveholdningen i kølige nøje afbalancerede farvetoner (sort og grå) og indbyrdes afstemte former, at stellet må anses for et samlet værk. Restauranttallerkenerne fremstår som en del af det samme Würtz-univers som Skjalm P-stellet og med en i høj grad lignende farveholdning og glasur, men adskiller sig dog sådan, både for så vidt angår formen på tallerkenerne, men også i øvrigt fra Skjalm P-stellet, at de må anses for selvstændige værker.

Både Skjalm P-stellet og restauranttallerkenerne er herefter ophavsretligt beskyttet, jf. ophavsretslovens § 1, stk. 1, og er dermed tillige beskyttet efter markedsføringslovens § 3, stk. 1.

Würtz' glasurudtryk kan efter landsrettens opfattelse ikke identificeres på en sådan tilstrækkelig præcis og objektiv måde – herunder på en måde, der uafhængigt af værkerne adskiller Würtz' glasur fra anden glasur – at glasurudtryk-

ket i sig selv kan nyde ophavsretlig beskyttelse. Det tiltrædes derfor, at glasurudtrykket ikke som sådan er beskyttet efter ophavsretslovens § 1, stk. 1.

Landsretten finder på baggrund af besigtigelsen og de ovennævnte erklæringer, at det oprindelige Bitz-stel, der fremgår af sagens bilag 1, fremstår med så mange af de træk, som karakteriserer Skjalm P-stellet og restauranttallerkenene, ved navnlig et, når det ses af en ikke-fagperson, lignende formsprog og image, en tilsvarende farveholdning i kølige nuancer (sort, grå og en grågrøn, som i blot begrænset afstand fremtræder grå) og en spættet glasur med et samspil mellem spættede områder og den matte glasur og en tilstræbt uensartet fremtræden, at Bitz-stellet i bilag 1 ud fra en helhedsvurdering fremstår som originalværkerne i ændret skikkelse. De karakteristiske træk i Würtz' værker genspejles således i en sådan grad, at de for det utrænede øje giver samme identitetsoplevelse. Dette gælder uanset de forskelle, som F&H og Christian Bitz har fremhævet, og som træder frem, når de enkelte Bitz-produkter holdes direkte op mod Würtz-produkterne, herunder navnlig forskelle i kvalitet, hvor Bitz-stellet fremstår som resultatet af en i al væsentlighed industriel fremstillingsproces, forskelle i form og format af de enkelte produkter og for så vidt angår den grønne farvevariant i Bitz-stellet.

Efter den mailkorrespondance mellem F&H og Dragonwind International Ltd. og andre mulige producenter af et Bitz-stel, som er fundet ved bevissikringsforretningen, lægger landsretten til grund, at F&H og Christian Bitz bevidst har tilstræbt at efterligne Würtz' værker. Landsretten tiltræder som følge heraf, at det oprindelige Bitz-stel vist i bilag 1 krænker Würtz' rettigheder efter ophavsretslovens § 2. Landsretten finder endvidere, at der foreligger en sådan bevidst tilstræbt nærgående efterligning af Würtz' værker, at markedsføringslovens § 3, stk. 1, ligeledes er krænket. At brugen af Würtz' værker som forlæg for Bitz-stellet skete for at ramme en designmæssig trend kan ikke føre til et andet resultat.

Det tiltrædes på denne baggrund, at Würtz' påstand 1 a om forbud mod salg og markedsføring mv. af det oprindelige stel vist i bilag 1 er taget til følge.

Efter det ovenfor anførte om manglende ophavsretlig beskyttelse af Würtz' glasurudtryk og af de grunde, som Sø- og Handelsretten har anført, tages påstand 1 b-e om de efterfølgende videreudviklinger af Bitz-stellet vist i bilag 88-91 ikke til følge.

Øvrige påstande og sagsomkostninger

Würtz har for landsretten ændret påstand 2 om tilbagekaldelse. Efter det, som Würtz har anført i sit sammenfattende processkrift om første led i påstanden om tilbagekaldelse af Bitz-produkter, forstår landsretten denne del af påstanden således, at den ikke indebærer, at F&H og Christian Bitz skal tilbagekalde pro-

dukter, der er solgt til tredjemand, og som F&H og Christian Bitz dermed ikke (længere) har ejendomsret til.

Herefter, og da hensyn som nævnt i ophavsretslovens § 84, stk. 4, og det almindelige proportionalitetshensyn, der skal iagttages ved anvendelse af markedsføringslovens § 24, ikke ses at være til hinder herfor, tager landsretten første led af påstanden til følge som nedenfor bestemt, jf. herved ophavsretslovens § 84, stk. 1, nr. 1 og 2, og markedsføringslovens § 24, stk. 1, nr. 2. Andet led i påstand 2 om markedsføringsmateriale er derimod fortsat så uklar, at denne del af påstanden må afvises.

Det tiltrædes, at påstand 3 er taget til følge som bestemt af Sø- og Handelsretten, idet det bemærkes, at Christian Bitz efter de foreliggende oplysninger bruger sin Facebook- og Instagramprofil erhvervsmæssigt.

Efter krænkelens karakter, og da hensyn som nævnt i ophavsretslovens § 84, stk. 4, og det almindelige proportionalitetshensyn, som skal iagttages ved anvendelse af markedsføringslovens § 24, ikke taler herimod, tages påstand 4 om tilintetgørelse til følge som nedenfor bestemt for så vidt angår de af påstand 1 a omfattede produkter, jf. ophavsretslovens § 84, stk. 1, nr. 3, og markedsføringslovens § 24, stk. 1, nr. 2.

Påstand 6 om offentliggørelse tages efter krænkelens karakter, og da de proportionalitetshensyn, der skal iagttages ved anvendelse af ophavsretslovens § 84 a og markedsføringslovens § 24, ikke ses at tale herimod, til følge som nedenfor bestemt, jf. ophavsretslovens § 84 a og markedsføringslovens § 24, stk. 1, nr. 2.

Denne anke dom angår en deldom fra Sø- og Handelsretten. Sagsomkostninger i denne sag fastsættes derfor af Sø- og Handelsretten ved denne rets senere afgørelse om erstatning og vederlag.

THI KENDES FOR RET:

Sø- og Handelsrettens dom stadfæstes for så vidt angår påstand 1 a og påstand 3.

F&H A/S og Christian Bitz pålægges at tilbagekalde udleverede eksemplarer af de af påstand 1 a omfattede produkter, hvortil de har ejendomsret, fra deres forhandlere, konsignationshavere og andre, der formidler salg af disse varer på F&H A/S og Christian Bitz' vegne. Den del af påstand 2, som angår markedsføringsmateriale, afvises.

F&H A/S og Christian Bitz skal destruere det lager af de af påstand 1 a omfattede produkter, som er i deres besiddelse.

F&H A/S og Christian Bitz skal for egen regning offentliggøre landsrettens begrundelse og resultat, dog ekskl. afsnittet "Skønsmanden for Sø- og Handelsretten – habilitet", samt konklusion i denne dom i et landsdækkende livsstilsmagasin uden at tilføje kommentarer.

Sagsomkostninger i denne sag fastsættes af Sø- og Handelsretten ved denne rets senere afgørelse om erstatning og vederlag.