

# IMHO in my humble opinion

## **"Ack om du visste, min son, med vilken ringa vishet världen styres!"**

Axel Oxenstiernas ord till sonen Bengt har inte förlorat sin relevans. Även om den mänskliga kunskapsbasen har ökat väsentligt sedan 1600-talet, är ändå kriterierna för ledarskap sådana att vi ofta tyvärr får getabocken som trädgårdsmästare.

Tillvaron har blivit komplicerad. Inom dagens företagsledning och politik krävs både system och organisation för att få många olika discipliner att samverka effektivt.

De kunskaper, erfarenheter och egenskaper som krävs för att leda ett företag eller en myndighet är ofta helt andra än de som krävs för att göra kvalificerade naturvetenskapliga eller tekniska bedömningar. När man tittar på våra ledande politikernas utbildningsbakgrund går det att konstatera att de endast undantagsvis har en utbildning som är relevant för deras aktuella position. Detsamma gäller i näringslivet. Koncernchefer hämtas ofta från bank- finans- eller försäkringsvärlden, eftersom det gäller att skapa "shareholder's value". Med den bakgrunden är det emellertid inte alltid lätt att förstå tekniskt eller naturvetenskapligt komplicerade sammanhang.

Hos företag i kris ser vi ofta stora värdeförluster genom panikbromsningar. För att stoppa blödningen så fort som möjligt, amputeras det friskt, varefter man lägger dubbla kompresser för att stoppa blodflödet. Sedan 70-talet har vi kunnat se hur företag slaktas, styckas eller utförsäljs för att skapa exit för investerarna eller "synergier". Nu är även Saab i farozonen. Beslutsfattarna glömmar ibland de värden som finns i infrastrukturen och hos personalen med dess samlade kunskap och erfarenhet.

Annorlunda förhåller det sig i små nystartade företag där entreprenören själv är ledare. Kapitalbasen är liten och kopplingen mellan produkterna och ledningen stark, men när det är dags att gå in i den industriella fasen brukar den administrativa förmågan vara otillräcklig.

Termodynamiken beskriver världens irreversibilitet, oåterkallelighet och oomvändbarhet i tiden. Enligt entropilagen kan ordning tillskapas i ett system genom exempelvis industriella processer, men bara till priset av ökad oordning inom andra delar. Oavsett om det pågår en ständig rörelse mot oordning och kaos eller inte, är det oförlätligt att bara stillatigande acceptera en utveckling där våra kunskaper inte tas tillvara på bästa sätt.

  
Jonas Gulliksson

Exklusivt ges ut fyra gånger per år av  
Ström & Gulliksson och Advokatbyrån  
Gulliksson

Ansvarig utgivare: Jonas Gulliksson,  
advokat, styrelseordförande

Produktion: Olle Benner AB  
Tryck: Wallin & Dalholm Boktryckeri AB  
Bild och original: Jan Emzén  
Konstverk i huvudet: Bjørn Bjørnholt

Kontakt: Ström & Gulliksson,  
Marknadsavdelningen,  
Box 4188, 203 13 Malmö  
Tel: 040-757 45 Fax: 040-664 44 69  
E-mail: mail@sg.se

Citera oss gärna, men ange källan.

**Ström & Gulliksson**

Intellectual property consulting

[www.sg.se](http://www.sg.se)

**JONAS GULLIKSSON**  
ADVOCATES

[www.jg.se](http://www.jg.se)

Ström & Gulliksson erbjuder ett komplett utbud av konsulttjänster i syfte att utveckla, skydda, kommersialisera och försvara goda idéer. Vi hanterar hela kedjan av uppdrag inom området intellectual property och kan genom nära samarbete med Advokatbyrån Gulliksson även erbjuda fullständig affärsjuridisk service.

Ström & Gulliksson finns i Göteborg, Helsingborg, Lund, Malmö, Ronneby och Stockholm. Vi ingår i företagsgruppen Arator, som förutom i Sverige finns representerad i Danmark, Norge, Tyskland och USA.

© 2005 Ström & Gulliksson AB

# exklusivt



ETT NYHETSREVY FRÅN STRÖM & GULLIKSSON OCH ADVOKATBYRÅN GULLIKSSON

NR 1/05



## Matchen om miljarderna

Stjärnidrotten har de senaste åren kommersialiserats i stor skala och miljarder omsätts på sportmarknaden. Det har lett till att idrottsjuridik blivit högintressant. Ett exempel: 40 miljoner dollar var transfersumman när Real Madrid värvade David Beckham. Hur kunde klubben ha råd? Svaret är att Beckham är sportens värdefullaste varumärke just nu. Enbart vinsten på tröjförsäljningen under några veckor lär betala transfersumman.

Här har vi således ännu ett tecken på att europeisk fotboll i grunden har förändrats från en folkrörelse med miljoner amatörspelare till en stjärnspäckad mångmiljardindustri. Betyder det att europeisk sport har amerikaniserats?

- Nej, det är inte en fråga om amerikanisering, svarar Lars Halgreen, advokat och partner i Johan Schlüter advokatfirma i Köpenhamn. Det är de stora pengarna som har förändrat sporten i grunden. Samma krafter verkar i bägge världsdelen.

I sin doktorsavhandling "European Sports Law - a comparative analysis of the European and American Models of Sport" klarlägger Lars Halgreen att det finns både stora likheter och stora skillnader mellan USA och Europa. Alla de stora publiksporerna blir

superkommersiella när stjärnidrott, underhållningsindustri, reklam, sponsring och souvenirindustri smälter samman. Den viktigaste kommersiella drivkraften är TV-rättigheterna, som inbringar svindlande belopp när sportevenemangen förvandlas till globala multimediahändelser.

Mediemoguler och andra finansmän investerar i klubbar både som en vinstgivande investering – och för att själva komma i rampljuset. Topklubbar som Real Madrid må vara ekonomiskt starka, men många andra europeiska storklubbar har drabbats av en darrig ekonomi eftersom spelarlönerna och transfersummorna stiger snabbare än intäkterna.

Som exempel kan nämnas att de globala toppklubbarnas ledare och mer än tusen medie- och industri-

representanter varje år i december samlas till mässan "Soccerex" i Jummerlah Beach Resort i Dubai. Under ett veckoslut görs avslut värda nära fyra miljarder kronor.

### Nya idrottsjuridiska spörsmål

Ju starkare de kommersiella krafterna blir, desto svagare blir den traditionella amatörmodellen, och spänningarna ökar inom fotbollsvärlden. Det blir allt svårare att hålla samman professionell idrott och amatör-idrott i en traditionell hierarkisk modell inom ett och samma förbund.

I sin avhandling analyserar Lars Halgreen vad som händer när EU:s fördrag och lagstiftning kolliderar med idrotternas traditionella regelverk. Det som förbunden bedömer vara till sportens bästa, fungerar inte alltid tillsammans med EU:s grundsyn på den gemensamma marknaden.

Det mest dramatiska beviset är Bosman-fallet. Jean-Marc Bosman var en hygglig belgisk fotbollsspelare, som inte fick sitt kontrakt förnyat med förstadivisionslaget RC Liège. Klubben ville sänka lönen, vilket Bosman inte gick med på. Han fick då kontakt med det franska andradivisionslaget Dunkerque. RC Liège motsatte sig dock övergången eftersom man tvivlade på att den franska klubben var solvent. Bosman gick då till EG-domstolen och hävdade att fotbollens regler stred mot Romfördraget och att EU:s arbetsrättsliga regler om fri rörlighet inom unionen gällde.

EG-domstolens beslut slog ner som en bomb när det kom 1995. Domstolen erkände visserligen att idrotter som fotboll är socialt och kulturellt värdefulla inslag i samhällslivet, men menade att när dessa även utgör kommersiella aktiviteter, är de underställda EU:s lagar. Om spelaren är en avlönad yrkesman, gäller således samma regler om fri rörlighet som för alla andra. Det går med andra ord inte längre att tillämpa regelverk som gör elitidrottsmän mer eller mindre livegna.

Konsekvenserna av Bosman-fallet har i grunden förändrat den europeiska fotbollen. Nationsgränserna har försvunnit och klubbtag kan numera bestå enbart av utländska spelare. I efterdyningarna av fallet har det internationella fotbollsförbundet FIFA till exempel fått konstruera en "solidaritetsmekanism" för att vid spelarövergångar kompensera farmarklubbarna för deras utbildnings- och träningsarbete.

### Likheter och olikheter

I det europeiska seriesystemet är storklubbarna vinnare, vilket betyder att de kan köpa upp de främsta spelarna. Detta trissar i sin tur upp spelarnas löner. I det amerikanska systemet finns det däremot ett tak på spelarlöner.



Finns det regler som förhindrar att oerfarna talanger råkar i klorna på samvetslösa agenter?

Den stora skillnaden mellan europeisk och amerikansk fotboll är annars att de amerikanska ligorna är konstruerade som affärsverksamheter med ett fast antal lag som medlemmar i ligan. Ägarna ser sporten och ligan som produkten, vilket kräver ett visst mått av solidaritet inom ligan, varför inget lag riskerar att åka ut. Det viktigaste för alla är att behålla spänningen, som ju försvinner om något lag blir alltför överlägset. De europeiska idrotterna styrs däremot av monopolistiska förbund för varje idrott. I och för sig innebär detta inte något missbruk av dominerande marknadsställning, men det skulle kunna göra det. Detta var exempelvis fallet med den europeiska motorsportorganisationen FIA, där det blev nödvändigt att särskilja hanteringen av regelverket från försäljningen av de värdefulla TV-rättigheterna.

Även när det gäller TV-rättigheter är det lätt att göra jämförelser med USA. Superbowl, finalen i amerikansk fotboll, spelas i Louisiana Superdome den 3 februari i år och är årets största TV-händelse i USA. CBS har sålt reklam för sammanlagt 180 miljoner US-dollar. Annonsörerna spenderar enorma belopp på reklamfilmsproduktion för att vinna kampen om uppmärksamhet hos 130 miljoner TV-tittare. Detta kan jämföras med det internationella fotbollförbundets beräknade intäkter på 450 miljoner US-dollar för att sända VM-finalen i fotboll i Tyskland under sommaren 2006.

Prisförhandlingarna om TV-sändningarna kompliceras av konkurrensen mellan publicservice-bolagen och de kommersiella kanalerna. Samtidigt kräver allmänheten att de viktigaste matcherna sänds i kanaler med minst 90-95 procents räckvidd. Det internationella fotbollförbundet har fått förhandla med EG-kommissionen om villkoren för TV-sändningarna av UEFA-cupfinalerna för att villkoren inte ska betraktas som konkurrensbegränsande.



## Generös sponsring

Vid sidan om inträdesavgifterna är sponsring en viktig intäktskälla för förbund och klubbar. Arsenal skrev nyligen ett kontrakt med Emirates Airlines som sponsrar lagets nya arena för 100 miljoner pund under 15 års tid. På Soccerex-mässan deltog, förutom toppklubbar och media, även en rad storsponsorer.

Ett klassiskt exempel på effektiv sponsring är Nikes samarbete med basketspelaren Michael Jordan, vilket gjorde AirJordan till den mest sålda basket skon. Men här dyker en annan viktig frågeställning upp: Tillåter kontrakten att individuella stjärnspelare har egna sponsorer? Hur löser man då konflikter med klubbarnas sponsorer?

När American Express vid Vinter-OS i Lillehammer annonserade "If you are travelling to Norway this winter, you need a passport – not a visa" snyltade man på huvudsponsorn Visas renommé. Sådant förekommer fortfarande då och då. Annars sker den vanligaste typen av övertramp i form av piratkopiering av tröjor, halsdukar och andra souvenirer. Arsenal vann nyligen ett mål mot en pirathandlare, Mr Reed, som sålde Arsenal-souvenirer från ett stånd intill arenan, trots att det av skyltar framgick att hans produkter inte var officiella souvenirer. Å andra sidan förlorade FC Barcelona mot ett företag som drev en populär restaurang i Manchester med namnet "Barca".

## EU:s viktiga roll

Lars Halgreens sammanfattande slutsats i doktorsavhandlingen är, att förhållandet mellan EU och de europeiska sportförbunden kan beskrivas som en berg- och dalbana sedan Bosman-fallet.

- Europeisk idrott borde i eget syfte arbeta fram lösningar som är mer transparenta och som utgör en klar rågång mellan de olika förbundens sportsliga regler och de kommersiella krafterna, säger han.

- Inom förbunden må det finnas ett starkt motstånd mot att EU blandar sig i deras interna frågor. Men utan ett klart ställningstagande från EU är risken stor att de kommersiella krafterna blir övermäktiga. Och det kommer både sporten och publiken att förlora på, avslutar Lars Halgreen.

## Köp boken direkt från förlaget

Boken om europeisk idrottsjuridik är skriven på engelska och kan beställas direkt från förlaget Thomson i Köpenhamn. Priset är DKK 696:- exkl. moms. Porto- och expeditionskostnad om DKK 100:- tillkommer. Kontakta förlaget per telefon +45 33 74 07 00, fax +45 33 12 16 36 eller e-post (forlagetthomson@thomson.com) för beställning.



## Ny organisation i Sverige

Ström & Gullikssons verksamhet i Sverige har sedan mars 2002 drivits i form av två samarbetande bolag, det ursprungliga Ström & Gulliksson och f d Göteborgs Patentbyrå Dahls. Den 30 december 2004 träffades en överenskommelse om utförsäljning av f d Göteborgs Patentbyrå Dahls till företagsledningen i Göteborg, som sedan dess driver verksamheten under annat namn.

- Vi på Ström & Gulliksson fortsätter vår verksamhet på samma sätt som tidigare med samma personal på alla våra kontor i Malmö, Lund, Helsingborg och Ronneby. Även vårt nära samarbete med Advokatbyrån Gulliksson och företagsgruppen Arator kommer att fortsätta i oförändrad omfattning, säger Ström & Gullikssons VD, Lars Schönbeck.

- Vi har samma målsättning som tidigare, nämligen att fortsätta växa för att bli ett av de största IP-konsultföretagen på den svenska marknaden, med heltäckande service av hög kvalitet och med god tillgänglighet. Vår fortsatta expansion kommer att ske genom organisk tillväxt, såväl i Stockholm och Göteborg som i Skåne.



Kundanpassade chiplösningar är ett av patentjätten IBM:s många erbjudanden.

## IBM på Patenttoppen även 2004

För tolfte året i rad hamnar IBM på första plats i den amerikanska patenttoppen. Placeringen avser den amerikanska patent- och varumärkesmyndigheten USPTO:s patenttopplista som publiceras årligen. Den visar att IBM under 2004 fick 3.248 amerikanska patent registrerade, det vill säga något färre än under 2003. Detta kan jämföras med tvåan på listan, Matsushita, som under 2004 registrerade 1.934 patent.

Efter Matsushita kommer Canon (förra årets tvåa), Hewlett-Packard, Micron, Samsung, Intel, Hitachi, Toshiba och Sony. Det enda svenska företaget på listan är Ericsson som ligger på 48:e plats med 390 patent i USA under 2004.

Under den senaste tioårsperioden har IBM registrerat över 22.000 patent, vilket är mer än vad de tio största amerikanska IT-företagen har registrerat tillsammans under motsvarande period.