

A közszereplők arculatának kereskedelmi célú felhasználása: a merchandising

A merchandising viszonylag új gazdasági jelenség, amely napjainkban egyre nagyobb teret nyer. A merchandising szóhasználat először angol és francia nyelvterületen jelent meg. Általában a gazdasági terminológia – Németország kivételével, ahol a merchandising szinonimájaként a Vermarktung szóösszetételt alkalmazzák – ugyanezt a szakkifejezést használja. A merchandising lényegében arculátvitelt jelent. Jól ismert személyek (Alain Delon, Jürgen Klinsmann, Gabriella Sabatini stb.), képzeletbeli vizuálisan megtestesített figurák (James Bond, Rambo, Kojak, Batman, Superman stb.), rajzfilmek és mesefigurák (Tom és Jerry, Mézga család, Süssi a sárkány, Asterix stb.) felhasználását jelenti az áruforgalomban. Az arculátvitel nagy előnye, hogy a kérdéses jól ismert figurákat a fogyasztók árjelzőként is szívesen fogadják, egyaránt alkalmasak figyelemfelkeltésre, a vásárlók meggyőzésére és eladásösztönzésre.

A múlt és jelen politikai szereplőinek szimpatikus arculata kiválóan alkalmas a merchandisingre. Ez az arculátvitel többé-kevésbé korábban is létezett. Például a kereskedelemben már a múlt század végén létezett Petőfi vászon és Kossuth fénymáz. Újházi Ede (1844–1915) neves színész reklámozta a Gottschlig rumot („Marha, mondja a Mester – ez volt Újházi gúnyneve – igyál Gottschlig rumot”).

A MERCHANDISING MEGJELENÉSE MAGYARORSZÁGON

Az arculátvitel tömeges alkalmazása jelentette a XX. század 80-as, 90-es éveiben azt a változást, amely a merchandising tanulmányozását mind a közgazdaságtan, mind a marketing, mind a jogi szabályozás szempontjából aktuálissá tette. Magyarországon merchandising elsőként ebben az időben jelent meg, mégpedig elsőként a vendéglátóiparban és a divatáru kereskedelem.

A vendéglátóiparban nagyon gyakori a különböző népszerű nevek használata. Ilyenek a Piedone (ismert olasz filmsorozat főhőse) pizzeria, továbbá a Pinocchio (világhírű olasz mesehős) pizzeria, valamint Burattino (Pinnochiot kifaragó asztalosmester) pizzeria.

A divatáru kereskedelemben például a Pretty Woman divatház (ismert amerikai film címe), a Mode Emanuell (a világhírű Emanuelle filmsorozat főhőséről elnevezve) fémjelzik a merchandising terjedését.

A merchandising alkalmazására az a jellemző, hogy szinte számtalan válfaja van, az üzleti élet reklámigényes területein nagyszerűen alkalmazható és igen hatékony. A merchandisingre azonban mindig az a jellemző, hogy a szóban forgó figurákat, népszerű személyek ábrázolását, mesefigurákat, árjelzőket sohasem az eredeti rendeltetésüknek megfelelően használják fel. Így például a filmcímekből, szerzői alkotások címeiből, képzeletbeli személyek neveiből árjelzőket képeznek. Ezért van például Budapesten „Columbo” (híres amerikai filmsorozat címe és főhőse) söröző, „Bonnie and Clyde” (amerikai film címe) kávézó, „Tom és Jerry” alkoholmentes pezsgő. Abban az esetben viszont, ha árjelzőket, védjegyeket, szimbólumokat, cégneveket vagy más

megjelöléseket használnak fel az értékesítés ösztönzésére, azokat az eredeti árujegyzéküktől (tevékenységi körtől) eltérően alkalmazzák. Így a világhíres francia divatcégek – Yves Saint Laurent, Pierre Cardin, Christian Dior – a jól bevált és méltán népszerűvé vált arculatukat a legkülönbözőbb dísz tárgyak és ajándéktárgyak (tollak, öngyújtók, órák, különböző papírárúk stb.) értékesítésére használják fel.

A MERCHANDISING FOGALMI MEGKÖZELÍTÉSE

A merchandising fogalma nem létezik az azt alkalmazó országokban, így többek között sem az Amerikai Egyesült Államokban, sem a fejlett európai ipari országokban sem. Magyarországon sincs jogszabályban meghatározott fogalmi megközelítése a merchandisingnak. Az AIPPI (Nemzetközi Iparjogvédelmi Egyesület) 1995-ös Montreálban rendezett konferenciája jelentős figyelmet fordított a merchandising jogi problémáira, fogalmának meghatározására. Az AIPPI az alábbi fogalmi megközelítést dolgozta ki. „A merchandising szimbólumok védjegyek, szerzői jogi alkotások részei, valódi vagy képzeletbeli személyek külső megjelenésének felhasználását jelenti abból a célból, hogy az áruk értékesítését, szolgáltatások nyújtását ösztönözzék, feltételezve, hogy a kérdéses jelzéseket nem eredeti funkcióiknak megfelelően, mint a határozott áruk és szolgáltatások megjelölésére alkalmas árujelzőként, hanem más áruk és szolgáltatások értékesítésére használják fel a kérdéses figurák általános ismertsége, vonzereje alapján.”¹

A német marketingtudomány a merchandising fogalmát image-átvételnél közelíti meg: image-átvitel alatt az egyes image-elemeknek az egyik termékről a másik termékre való átvitelét értik, mégpedig úgy, hogy e védjegyet annak reményében használják fel, hogy segítségével annak pozitív hatású kisugárzását lehessen felhasználni.^{2 3}

Végül létezik a merchandisingnek egy filmes megközelítése, amelynek értelmében a film címének, a benne szereplő figurák ábrázolásának és nevének kereskedelmi alkalmazása a szerző elismert felhasználási joga.^{4 5}

A merchandising jellegét nagyszerűen mutatja az a mondás 1995-ből, miszerint „a stúdiók tárgyalóasztalainak tucatjainál ücsörögnek nagyon fontos, és még gazdagabb szakemberek, hogy eldöntsék 2000-ben milyen hősök, állatkák, lényecskék népszerűsítsék be a gyerekszobákat és elméket. Ehhez kétségtelenül filmeknek kell készülniük, de maga a film végső soron csak másodlagos ahhoz a vizuális környezethez képest, amely a film bemutatása után szerencsés esetben akár egy egész évig befolyása alatt tartja a piacot.”⁶

A MÚLT ÉS JELEN KÖZSZEREPLŐI ARCULATÁNAK FELHASZNÁLÁSA KERESKEDELMI CÉLRA

A történelmi személyiségek arculatának felhasználása

Vitathatatlan, hogy a letűnt korok közéleti személyeinek a nevét gyakran használják fel üzleti célra. Így például Rákóczi Ferencét: a fővárosban találunk többek között Rákóczi Rt.-t, Rákóczi Kisvendéglőt, Rákóczi Lakásfenntartó Szövetkezetet, Rákóczi Üzletház Kft.-t, Rákóczi Vajasboltot, Rákóczi 67 Kft.-t,⁷ sőt Rákóczi Ferenc nevét képmással együtt a Borsodi Sörgyár Rt. világos söre is viseli, amelyet védjegytalomra is bejelentettek.

Más példákat is fel lehet hozni:

- Kossuth Lajos nevét és arcképét az Osztrák-Magyar Monarchiában fényházak, a második világháború után pedig cigaretta árusítására használták.
- Petőfi Sándor nevét a múlt század végén vászon megjelölésére (Petőfi vászon) használták, jelenleg a Petőfi Nyomda viseli a nevét.

1 Tattay Levente: A Merchandising. Külgazdaság, Jogi Melléklet, 2002/6. 77–92. old.

2 Ausstrahlungseffekte: a kisugárzások hatásai

3 Image-átvitel a német bírói gyakorlatban. Iparjogvédelmi szemle 2000/1.

4 A filmcím, filmfigurák, filmhősök nevének és képmásának kereskedelmi értékesítésének jogát a filmszakmában merchandising jogoknak nevezik.

5 A szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. törvény alapján a film szerzője (a rendező) a megfilmesítés, szerződés alapján az előállítóra átruhazza a felhasználásra és a felhasználás engedélyezésére vonatkozó jogot.

6 Réz András: Subidubidúúúúú Cash Flow 1995/4. kreatív melléklet.

7 A Budapest 2004-es kiadású telefonkönyv adatai szerint

– Cseplin (magyar helyesírással) – világhíres angol színész neve – kisvendéglő Budapesten.

Ez a jelenség más országokban is ismert. Például Németországban Herceg Metternich névvel pezsgőt, herceg Bismarck nevével pálinkát, Bajor II. Lajos nevével barna sört forgalmaznak.

A jelen közszereplői

A jelen közszereplői arculatának felhasználására Magyarországon is több példát lehet felhozni.

Reviczky Gábor népszerű színész az 1990-es évek közepén a Postabank elsős számú reklámembere volt. A 90-es évek második felében Antal Imre tévériporter a Budapest Bankot, Szabó Bence, a kardvívás olimpiai bajnoka a Martini vermutot reklámozta.

Benedek Tibor kétszeres olimpiai bajnok (vízilabda) a Danone Szuper Rudi (túró rudi) édességet reklámozta 2003-ban és 2004-ben.

Kovács Katalin többszörös olimpiai bajnok kajakos 2004-ben különböző tévéadásokban rendszeresen a Vitamax tápszert hirdette.

Politikusok arculatának felhasználása külföldön

Magyarországon viszonylag ritka a közelmúlt vagy jelen politikusainak arculatátvitele. Erre jó példa lehet Kádár János az MSZMP első titkárának a múlt század 90-es éveiben borcímként való szerepeltetése.

A külföldi merchandising felhasználások között viszont a következőket lehet említeni:

- Franciaországban Giscard d'Estaing¹ nevének felhasználását kereskedelmi célra
- Hollandiában Beatrix királyné nevét és hangját használták fel rádióban hirdetésre 2000-ben²
- Charles de Guelle nevet Norvégiában használták fel kereskedelmi céllal³
- Norvégiában szintén használták a miniszterelnök Gro Harlem Bruntland nevét és képét áruk és szolgáltatások népszerűsítésére 1993-ban⁴
- Svédországban a 90-es években szintén a miniszterelnök Ingvar Carlsson nevét használták fel áruk értékesítésére.⁵

A MERCHANDISING SZABÁLYOZÁSÁNAK JOGI HÁTTERE

Jogvédelem általában

A merchandising vonatkozásában speciális jogi szabályozás nem létezik, így különböző törvények alkalmazandók a merchandisingre.

A merchandising jogi szabályozásában az okozza az alapvető problémát, hogy nincs olyan törvény, vagy más jogszabály, amely a merchandising egészére vonatkozatható lenne. Így például a Polgári Törvénykönyv személyiségvédelmi szabályai csak természetes személyekre, a szerzői jogvédelem szabályai csak szerzői alkotásnak minősülő művekre vonatkoznak, a védjegy törvény pedig csak a védjegyekre. Így a Ptk. személyiségi jogi szabályai, a Szerzői Jogi Törvény, továbbá a Védjegy törvény külön-külön szabályozzák a merchandising különböző területeit.

A merchandisingre irányadó jogszabályok

A Ptk. 77. § (1), (2) szakaszai védik a természetes személy és a jogi személy nevét. Nagyon fontos a természetes személyek nevének, képmásának, hangjának, hangfelvételének merchandising célú felhasználásánál az, hogy abban az esetben, ha az érintett személy hozzájárul személyiségi jogai kereskedelmi célú használatához, a személyiségi jog üzleti célra történő használata nem jogsértő. A személyiség, képmás, név, hangfelvétel felhasználásra szerződéses jogviszony alapján kerülhet sor. Ez lehet szponzorálási szerződés, reklámszerződés, speciális merchandising szerződés, franchise szerződés, védjegy vagy ipari minta használatára vonatkozó szerződés (licencszerződés).

A Ptk. 84. szakasza a személyi jogok sérelme esetén közvetlenül lehetővé teszi a bírósági út igénybe vételét.

Az 1999 februárjában hatályba lépett szerzői jogi törvény (1999. LXXVI.) hatékony jogi eszközt kínál a merchandising-alkotások jogi védelmére.

Az Sztj előírja azt, hogy a szerzőnek kizárólagos joga van a mű anyagi formában és nem anyagi formában történő bármely felhasználására, és minden egyes felhasználás engedélyezésére, továbbá az

1 Karakter Merchandising in Europe Heijo Ruijsenaars szerkesztésében. Kluwer Law International Kiadó London. 2003. 122. oldal

2 L. 8. jegyzet 236. oldal

3 L. 8. jegyzet 246. oldal

4 L. 8. jegyzet 252. oldal

5 L. 8. jegyzet 319. oldal

Szjt 16 § (2) bekezdése alapján a szerző engedélye szükséges a mű sajátos címének felhasználásához.

Különösen fontos a merchandising-figurák oltalmának, azok kereskedelmi jellegének, valamint felhasználásának megfelelő szabályozása. Az Szjt 16. § (3) bekezdése értelmében a szerzőt megilleti a műben szereplő jellegzetes és eredeti alakok kereskedelmi hasznosításának, és az ilyen hasznosítás engedélyezésének kizárólagos joga is.¹

A történelmi személyiségek neve nem részesül megfelelő oltalomban. Egyedül a Cégtörvény, azaz a cégnyilvántartásról, cégnyilvánosságról és a bírósági cégeljárásról szóló 1997. évi CXLV. törvény tartalmaz e vonatkozásban korlátozást: A történelem kiemelkedő személyiségeinek nevét csak a Magyar Tudományos Akadémia engedélyével lehet használni.

Nagyon fontos szerepet játszanak a védjegyek, sőt le kell szögezni azt, hogy a védjegyoltalom az, amely minden, a merchandisingben alkalmazott ábrázolás kizárólagos használatát biztosítani tudja. A Védjegy törvény (A védjegyek és földrajzi árujelzők oltalmáról szóló 1997. évi XI. törvény) 1. §-ban foglalt előírások szerint minden, a merchandisingben használt ábrázolás védjegyoltalomban részesíthető.

A védjegy jog különösen azért alkalmas a merchandising-figurák oltalmára, mert abszolút szerkezetű, negatív tartalmú jog. A Védjegy törvény 12. § (2) bekezdése értelmében a védjegy jogosultja az áruforgalomban bárki ellen felléphet, aki védjegyével azonos vagy hasonló megjelölést azonos vagy hasonló áruk vonatkozásában használ.

A merchandising célra alkalmazott figurákat közvetlenül és közvetve további jogszabályok is védik.

Itt feltétlenül említést érdemel a Sajtótörvény. A sajtó tevékenysége kizárólag úgy folytatható, hogy nem sértheti meg híres színészek, popénekesek, tévébemondók, sportolók személyiségi jogait a Sajtóról szóló módosított 1986. évi II. törvény 3. § (1) bekezdésének értelmében.

Szintén védi a személyiségi jogokat a kereskedelmi reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. tör-

vény. E törvény 4. § a) bekezdésének értelmében tilos közzétenni olyan reklámot, amely a személyhez fűződő jogokat sérti. Speciális tilalom érvényesül e törvény 12. § (3) bekezdésének értelmében, miszerint ismert film-, popzenei, vagy szórakoztatóipari sztárok képeit, nyilatkozatait tilos közzétenni dohányárúk reklámjában.

A merchandising vonatkozásában a tisztességtelen piaci magatartásról és a versenykorlátozások tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény is fontos rendelkezést tartalmaz.

A Versenytörvény szigorúan tiltja a más által kialakított arculat versenytárs engedélye nélkül való használatát. (8. §)

A MAGYAR SZABADALMI HIVATAL (MSZH) GYAKORLATA

A különböző történelmi személyiségek neve és képmása felhasználásának aktualitását szemlélteti az MSZH gyakorlata. A múlt, esetleg régmúlt történelmi személyiségeinek, közéleti szereplőinek nevét és képmását azért jelentik be védjegyoltalomra, hogy használatukra a kereskedelemben kizárólagos jogot szerezzenek.

A múlt közszereplői

Az MSZH gyakorlatából az alábbiakat érdemes említeni. A Kaiser cég Ferenc József császár közismert képmását és nevét húsárúkra és vendéglátóipari szolgáltatásokra védjegyként bejelentette és lajstromoztatta.²

Az MSZH lajstromozta – többek között – Karl Marx nevét, mégpedig nyomtatványokra, édesipari termékekre és vendéglátóipari szolgáltatásokra.³

A Café Liszt szintén lajstromozást nyert papírra, reklámárura, sörökre, borokra és vendéglátóipari szolgáltatásokra 1999-ben.⁴

Petőfi⁵ és Kossuth⁶ nevét a dohánytermékekre lajstromozták a közelmúltban.

1 A merchandising „filmes” értelmezése.

2 A Ferenc József portréval ellátott védjegy a jó hírű védjegyek közé tartozik a fenséges falatok szlogennel.

3 A védjegy „Karl Marx Trüffel” ábrás megjelölés, Marx képével. Az M. Sz. H. 72.0.051 számon lajstromozta. A bejelentés napja 1999. 08. 10. Jogosult egy német magánszemély: Evelyn Doll. (Nemzetközi)

4 A védjegyet 1999. február 4-én lajstromozták. Jogosult: Orient Vendéglátó Részvénytársaság. Lajstromszám: 155495. (Nemzeti)

5 A Petőfi cigarettavédjegy jogosultja: Imperial Tobacco Magyarország Kft. Debrecen. A bejelentés napja 1996. 01. 30. Lajstromszám: 166 692. (Nemzeti)

6 A Kossuth védjegy jogosultja a V. Tabac Sátoraljaújhegyi Dohánygyár. A bejelentés napja 1999. 04. 26. Lajstromszám: 160 337. (Nemzeti)

A népszerű Sissi (Ferenc József felesége), bajor királynő nevét és képmását szintén lajstromozták kereskedelmi védjegyként Magyarországon.¹

A múlt hírességei vonatkozásában már számos védjegybejelentést elutasítottak.

A híres magyar költő Petőfi Sándor nevét az osztrák Stroh cég égetett szeszekre jelentette be a 90-es évek elején. A kérdéses bejelentést a Magyar Szabadalmi Hivatal történelmi személyiség emlékének sérelmére hivatkozással utasította el.

Szintén visszautasította az MSzH egy dél-koreai cég Chagal védjegybejelentését, amely élelmiszerekre és órákra vonatkozott. Az esetről az MSzH megállapította, hogy a bejelentett megjelölés összevetészhető a világhíres orosz festő Marc Chagall nevével. A jogorvoslati kérelem benyújtása révén az ügy megjárta a Legfelsőbb Bíróságot is. A védjegybejelentés személyiségi jogok sérelme jogcímén véglegesen elutasítást nyert.²

Szintén elutasította az MSzH a Raszputyin vodkára vonatkozó védjegybejelentést. Érdekes, hogy ennél az esetről az MSzH nem Raszputyin, mint létezett történelmi személyiség személyhez fűződő jogai sérelmére hivatkozott, hanem arra, hogy a kérdéses név egyértelműen orosz eredetre vall, és a fogyasztót megtévesztheti a Németországból származó vodka vonatkozásában.³

A közelmúlt politikai közszereplői védjegyeken

A jelen és a közelmúlt közszereplői nevének lajstromozására több esetben is sor került.

Itt elsősorban a Gorbacsov nevet kell említeni. A híres Gorbatschow⁴ vodkára vonatkozó védjegyet Magyarországon is lajstromozták.⁵

A Gorby szóvédjegyet is lajstromozták Magyarországon gépkocsikra, játékokra és ruhákra egy olasz cég javára.⁶

A Gorbacsov név lajstromozása vonatkozásában a Magyar Szabadalmi Hivatal gyakorlata nem volt következetes, mert egy holland cég kozmetikai termékekre vonatkozó Gorbatschow védjegybejelentését elutasították.⁷

Szintén elutasította az MSzH Borisz Jelcin az Orosz Föderáció elnöke nevére és képmására vonatkozó védjegybejelentést.⁸

A Magyar Szabadalmi Hivatalban az alábbi nemzetközi léptékkal mérve is közismert személyek neve került védjegyként lajstromozásra, illetve bejelentésre:

- Gandhi – francia korlátolt felelősségű társaság javára, számítógépekre, és adatfeldolgozó berendezésre, valamint számítógépes szolgáltatásokra.⁹
- Churchill – angol cég javára szoftverrel nyomtatványokra, ruházati cikkekre és különböző szolgáltatásokra.¹⁰
- Eisenhower – német cég javára fizikai és fitnesz tréningre.¹¹
- Fidel Castro – német cég javára, kávéra, teára, sörre és dohánytermékekre¹² – ezt illetékfizetés hiányára tekintettel elutasították.

Itt elsősorban a Gorbacsov nevet kell említeni. A híres Gorbatschow¹³ vodkára vonatkozó védjegyet Magyarországon is lajstromozták.”

1 A jogosult: Kurt Kornfeld Grosshandel Salzburg, Ausztria. Lajstromszám: 699 204. A bejelentés napja: 1998. 09. 14. (Nemzetközi)

2 A Legfelsőbb Bíróság 548/1993. állásfoglalása Bírósági Határozatok 1993/7.

3 A Raszputyin-esetet a Védjegyvilág 1993/7. számában a 22. oldalon Mikófalvi Gábor ismerteti „A Bírósági Gyakorlatból” címmel. A nemzetközi védjegy lajstromszáma 587 123.

4 A Gorbatschow név Magyarországon 202 749. számon 1990-ben, mint nemzetközi védjegy került lajstromozásra. (Nemzetközi)

5 A Gorbatschow vodka nemzetközi léptékekkel mérve is közismert védjegy.

6 A Gorby védjegyet 1989-ben 536 668 számon lajstromozták Magyarországon. (Nemzetközi)

7 Sorison Nederland B. V. Pd. Stoutenburg 1989-ben számos országban 542 451 számon lajstromoztatta azt a Gorbatschow védjegyet, amely Magyarországon nem került lajstromozásra.

8 Borisz Jelcin védjegybejelentése tekintetében – hozzájárulás hiányában – személyiségsérelem volt megállapítható.

9 Bejelentő: Gandhi Sociétés Responsabilité Limitée Paris. A megadásra 2003. 11. 10-én került sor. Ügyszám: 002712008. (Nemzetközi védjegy)

10 Bejelentő: Churchill Insurance Company Limited Bromely (Nagy Britannia) Megadás: 2004. 01. 23. Ügyszám: 002784650. (Nemzetközi)

11 A védjegyábrával kombinált szóvédjegy Eisenhower Training. Megadás napja: 2002. 05. 29. Bejelentő: Eisenhower Training GmbH & Co KG Oldenburg Németország. Ügyszám: 002185858.

12 A jogosult: Blanco Jimenez Araceli München Németország. Bejelentés napja: 1998. 08. 29. Ügyszám: 000921155.

13 A Gorbatschow név Magyarországon 202 749. számon 1990-ben, mint nemzetközi védjegy került lajstromozásra. (Nemzetközi)

Egyéb közszereplők védjegyeken

Az MSZH-nál bejelentett további megjelölések:

- Belmondo¹
- Alain Delon²
- Salvador Dali³
- Kodály⁴
- Bartók⁵

POLITIKAI MERCHANDISING

Mint ahogy szó volt róla, politikusok nevét, képmását és hangfelvételét gyakran használják fel áruk és szolgáltatások értékesítésére. A gyakorlatban azonban azzal is találkozhatunk, hogy művészek, sportolók, tévés személyiségek, színészek, rendezők, zenészek és más ismert személyek valamely politikai párt, politikai irányvonal szolgálatát vállalják. A magyar politikai palettán szinte minden pártnak megvan a holdudvara.

A legjelentősebb politikai kötődése az újságíróknak és a politológusoknak van, akiket nem is célszerű megnevezni.

A Magyar pártok politikai háttérudvara:

SZDSZ

- Pa-dö-dö együttes⁶
- Bródy János zenész
- Székelyi József⁷ színész-rendező
- Konrád György író
- Eőrsi István író

MSZP

- Korda György és Balázs Klári énekesek
- Galambos Lajos (Lagzi Lajcsi) zenész
- Jancsó Miklós filmrendező

- Kende Péter író⁸
- Koltai Róbert színész-rendező
- Pécsi Ildikó színésznő
- Sas József rendező
- Doszpot Péter volt nyomozó
FIDESZ MPP
- Kudlik Júlia tévériporter
- Philip tévériporter
- Ákos popénekes
- Sunyovszky Szilvia színésznő
- Mészöly Kálmán labdarúgóedző
- Esztergályos Cecília színésznő
- Egerszegi Krisztina⁹ többszörös olimpiai bajnok úszó
- Sasvári Sándor operaénekes
- Gulyás Dénes operaénekes
- Pitti Katalin operaénekes
- Szokolai Sándor zeneszerző
MIÉP
- Csurka László színész
- Dörner György színész
- Fekete Gyula író
- Sárdi Barbara popénekes¹⁰
- Papp Gyula zenész
- Hegedűs Zsuzsanna református lelkész, énekművész
MDF
- Bánffy György színész
- Szörényi Levente zeneszerző
- Papp Gyula szívsebész
- Szervácus Tibor szobrász
- Makovecz Imre építész

Tattay Levente egyetemi tanár

- 1 Jogosult: Grissler & Mehlhorn KG. Immenhausen – Mariendorf Németország. Árujegyzék: díszgyertyák, porcelán üveg, kerámia, asztalra való textíliák. Ügyszám: 001404110.
- 2 Jogosult: Parfums Alain Delon SA. Cham (Svájc) Lajstromszám: 653747. Árujegyzék: szappan, tisztálkodószer, parfüméria. Bejelentés napja: 1995. 11. 15.
- 3 Jogosult: Fundation Gala Salvador Dali, Figueras Girone Spanyolország. Árujegyzék: parfüméria, fémtárgyak, bizsu, szeszesitalok, és pezsgő. Lajstromozás: 1966. 07. 24. Lajstromszám: 652641.
- 4 Jogosult: Hungarofest Nemzetközi Rendezvényszervező Kft. Budapest. Ábrával kombinált szövédjegy. K. Nemzetközi Kodály Fesztivál. Árujegyzék: nevelés, szakmai képzés, szórakoztatás, sport és kulturális rendezvények. Bejelentés napja: 2000. 11. 22. Lajstromszám: 173035.
- 5 Ábrával kombinált szövédjegy. B. Nemzetközi Bartók Szeminárium és Fesztivál. Jogosult: Hungarofest Nemzetközi Rendezvényszervező Kft. Budapest. Árujegyzék: nevelés, szakmai képzés, szórakoztatás, sport és kulturális rendezvények. Bejelentés napja: 2000. 11. 22. Lajstromszám: 172659.
- 6 A Pa-dö-dö együttes SZDSZ kötődésű ingyen koncerteket vállal.
- 7 Székelyi József korábban az SZDSZ képviselőjelöltje volt, de nem választották meg.
- 8 Kende Péter „Viktor” című Orbán Viktorról szóló könyvét a 2002-es választási kampányban az MSZP propagandaanyagként osztogatták.
- 9 Egerszegi Krisztina szerepelt a Fidesz 2002. éves választási kampányában
- 10 Sárdi Barbara volt a MIÉP képviselőjelöltje a Sopronban 2005 tavaszán kiírt pártképviseelő választáson.