
Legeforeningens logo utnyttet kommersielt

AKTUELT

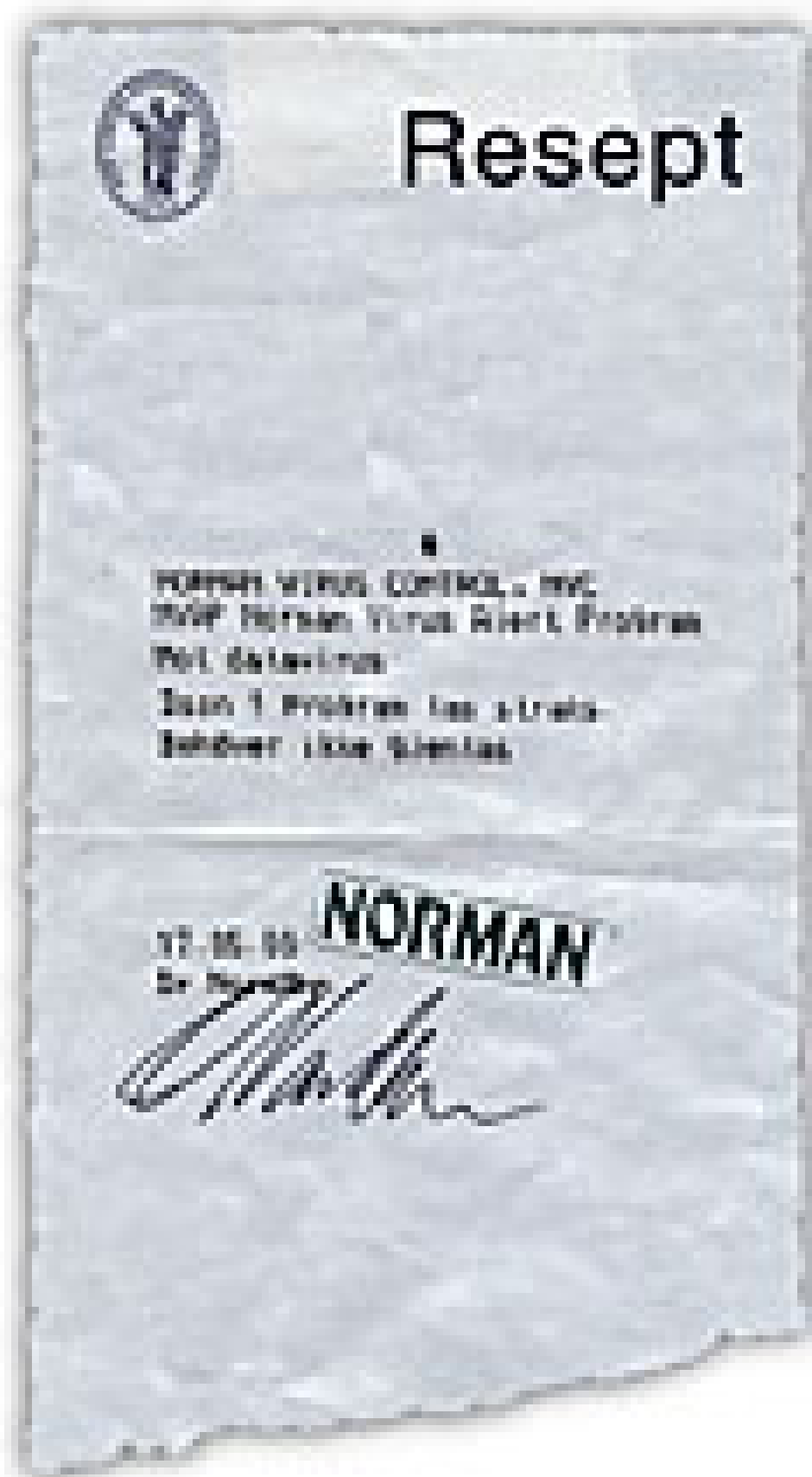
TOM SUNDAR

Email: tom.sundar@legeforeningen.no

Tidsskriftet

Et datafirma har brukt en etterlikning av Legeforeningens Æskulap-emblem til å markedsføre et produkt, uten først å sjekke om legelogoen var registrert som varemerke.

Æskulap med stavslangen symboliserer kunnskap og kløkt som har gitt legene evnen til både å beskytte mot sykdommer og helbrede, i den grad det var mulig (1). Nå er det blitt klart at selveste Æskulap sakens kan trenge beskyttelse. Et datafirma har nemlig utnyttet Legeforeningens emblem i en produktkampanje.



Før sommeren sendte firmaet, som kaller seg Norman Datalegesenter, en “resept” (se faksimilen) med tilbud om virusprogramvare til kundene. Øverst på resepten er det trykt en figur som til forveksling er lik legeforeningslogoen. Den eneste forskjellen er at inskripsjonen “Den norske lægeforening” er erstattet med “Den norske datavirusforening” og at årstallet 1886 er byttet ut med 1986.

I snart ti år har Legeforeningens emblem vært registrert som et offisielt varemerke for å gi beskyttelse mot kommersielt misbruk. Firmaet gjorde derfor en tabbe da det unnlot å sjekke med varemerkeregisteret.

Markedssjef Bjørn A. Windfeldt i firmaet Norman ASA bagatelliserer denne reklameresepten som en spøk, men lover at det skal bli med engangsforskrivningen. – Vi beklager, det var ikke meningen å misbruke Legeforeningens emblem, bortforklarer han på spørsmål om hvorfor firmaet har brukt en mønsterbeskyttet profesjonslogo til å markedsføre sitt produkt.

Alvorlig sak

Åsmund Hodne, jurist og organisasjonssjef i Legeforeningen, sier at han ikke kjenner til at legeforeningslogoen har vært misbrukt tidligere.

– Kommersiell utnyttelse av logoen er en alvorlig sak for Legeforeningen. Dersom dette gjentar seg, vil markedsføringsloven kunne komme til anvendelse, sier Hodne.

Markedsføringsloven § 1 stiller krav til god forretnings- og markedsføringsskikk. Lovens § 8a inneholder et forbud mot å anvende etterliknede produkter og kjennetegn på en slik måte at det ansees som en urimelig utnyttelse av en annens innsats eller resultater og fører med seg fare for forveksling (2). Tvister om markedsføring og bruk av varemerker kan legges frem for Næringslivets Konkurransautvalg, som har som oppgave å påse at markedsføringsloven blir overholdt i næringslivet.

LITTERATUR

1. Næss K. Slangen i medisinsk og religionshistorisk lys – medisinske og farmasøytiske symboler. Tidsskr Nor Lægeforen 1991; 111: 995–8.

2. www.lovdata.no/all/index.html (5.7.2000)

Publisert: 20. august 2000. Tidsskr Nor Lægeforen.

© Tidsskrift for Den norske legeforening 2026. Lastet ned fra tidsskriftet.no 11. september 2026.