



## BORGARTING LAGMANNSRETT

### DOM

---

**Avsagt:** 19.03.2025

**Saksnr.:** 24-155800ASD-BORG/01

**Dommere:**

Lagdommer  
Lagdommer  
Ekstraordinær  
lagdommer

Ingeborg Kristin Sunde  
Erik Bratterud  
Carl August Heilmann

---

Ankende part

Kreftforeningen

Advokat Ørjan  
Salvesen Haukaas  
Advokat Ørjan  
Salvesen Haukaas

Ankende part

Ung Kreft

Ankematpart

Staten v/Klagenemnda For  
Industrielle Rettar

Advokat Stein-Erik Jahr  
Dahl

Saken gjelder gyldigheten av vedtak om å nekte varemerkeregistrering.

## **Sakens bakgrunn**

Saken gjelder gyldigheten av vedtak fra Klagenemnda for industrielle rettigheter (KFIR) hvor ordmerket FUCK CANCER ble nektet registrert som varemerke fordi det verken har særpreg eller er tilstrekkelig innarbeidet gjennom bruk.

Partene i saken er enige om at tingrettens fremstilling av faktum er korrekt og kan legges til grunn. Lagmannsretten viser derfor til følgende fra tingrettens dom (side 2-4):

### *Fremstilling av saken*

Kreftforeningen er en landsdekkende, frivillig organisasjon innen kreftarbeidet. Det er også Ung Kreft, som arbeider for at unge kreftrammede og deres pårørende mellom 15 og 35 år skal ha det bra. Foreningene gir mye midler til kreftforskning og samarbeider tett.

Ordmerket «Fuck Cancer» er i dag varemerkeregistrert i Sverige, Danmark og Frankrike. Den svenske foreningen Ung Cancer søkte allerede i 2014 om varemerkeregistrering i Norge. Patentstyret avslo imidlertid søknaden fordi ordmerket ble ansett å stride mot moral, jf. uttalelsen 5. februar 2014. Fuck er et banneord på engelsk.

Ung Kreft hadde vanskelig økonomi i årene 2015-2016, og lette etter muligheter for å tjene penger. På en ledersamling i Sverige i 2016 ble de inspirert av sine nordiske søsterorganisasjoner. De arrangerte «Fuck Cancer»-workshoper hvor deltakerne lagde perlearmbånd som ble solgt til inntekt for arbeidet mot kreft. Omtrent samtidig oppdaget Ung Kreft at en norsk kvinne allerede arrangerte slike workshoper i Oslo til inntekt for kreftsaken. Ung Kreft innledet et samarbeid med henne, og begynte å arrangere «Fuck Cancer»-workshoper i oktober 2016.

Kreftforeningen og Ung Kreft inngikk i januar 2017 en samarbeidsavtale om konseptet «Fuck Cancer». Det skulle være Ung Krefts slagord og inngå som en del av foreningens identitet. Perlearmbåndene skulle selges gjennom Kreftforeningens nettbutikk. Inntektene skulle fordeles 50/50 mellom foreningene. Ung Kreft lagde veiledere, rutiner og opplæringsmaterieell for dem som påtok seg å arrangere slike workshoper.

I 2017 spredte interessen seg til Bergen og Trondheim, og flere andre steder rundt i Norge. Det var flere oppslag i lokalavisene om workshoper hvor deltakerne perlet armbånd til inntekt for arbeidet mot kreft. Samme år innledet foreningene også et samarbeid med smykkedesigneren Børre Olsen.

Salget var en stor suksess for foreningene. I perioden 2017 til 2020 hadde Ung Kreft god økonomi, mye takket være salget av perlearmbåndene. Våren 2019 søkte de om varemerkeregistrering av figurmerket «Fuck Cancer». Patentstyret avslo søknaden på samme grunnlag som i 2014, jf. brev 29. mai 2019. Året etter snudde Patentstyret og

informerte Ung Kreft om at figurmerket likevel ble registrert i varemerkeregisteret, jf. brev 25. mars 2020. Ung Kreft fikk da enerett til dette varemerket.

Mars 2020 ble det innført restriksjoner på sosialt samvær som følge av COVID-pandemien. Workshoper kunne da ikke lenger holdes som før. Ung Kreft fant imidlertid nye, lønnsomme måter for å opprettholde inntekten, blant annet ved salg av perlesett i nettbutikken. I dag har omsetningen og antall workshoper tatt seg opp igjen.

Kreftforeningen, Oslo, og Ung Kreft, Oslo, Norge, søkte 30. mars 2022 om registrering av ordmerket «Fuck Cancer». Det ble registrert 6. april 2022. Noen dager senere ble det kunngjort i Norsk varemerketidende for varer i klasse 14, 16, 18, 25, 28, 36 og 41.

I innsigelsesperioden kom det innsigelse fra en smykkeprodusent. Det førte til at Patentstyret opphevet registreringen i sin helhet i vedtak 4. mai 2023. Vedtaket ble påklagd av foreningene, men førte ikke frem. Klagenemnda for industrielle rettigheter (KFIR) forkastet klagen i vedtak 5. februar 2024. Både Patentstyret og KFIR viste til at ordmerket «Fuck Cancer» manglet særpreg, og at det heller ikke var oppnådd gjennom bruk. Behandlingen i KFIR var begrenset til varefortegnelse:

Klasse 14: Smykker (armbånd).

Klasse 36: Velledighetsinnsamlinger.

Klasse 41: Workshoper for kulturelle formål, nemlig perling av armbånd.

Kreftforeningen og Ung Kreft brakte saken inn for Oslo tingrett ved stevning 5. april 2024 med krav om at KFIRs vedtak 5. februar 2024 er ugyldig på grunn av feil lovanvendelse. I rettidig tilsvaer 29. april 2024 nedla staten ved KFIR påstand om frifinnelse.

Oslo tingrett avsa 28. juni 2024 dom med slik domsslutning:

1. Staten ved Klagenemnda for industrielle rettigheter frifinnes.
2. Ung Kreft og Kreftforeningen dømmes til i fellesskap å betale 92 500– nittitotusen femhundre – kroner i sakskostnader til Staten ved Klagenemnda for industrielle rettigheter, innen 14 – fjorten – dager fra dommens forkynnelse.

Kreftforeningen og Ung Kreft har anket dommen til Borgarting lagmannsrett. Ankeforhandling er holdt 2. og 3. januar 2025 i Borgarting lagmannsretts hus. Partene var representert ved sine prosessfullmektiger. De ankende parter partsvitner og fire vitner avga forklaring. Om bevisføringen for øvrig vises til rettsboken.

De ankende parter, **Kreftforeningen og Ung Kreft**, har i korte trekk gjort gjeldende:

Vedtaket om å oppheve registreringen for ordmerket FUCK CANCER er ugyldig da det bygger på uriktig rettsanvendelse for merkets særpreg i relasjon til de aktuelle vare- og tjenesteklassene. Dermed er også lovanvendelsen i Oslo tingretts dom uriktig.

Det er tilstrekkelig for ugyldighet at lagmannsretten finner at merket har særpreg for én av klassene.

Spørsmålet lagmannsretten skal ta stilling til, er om merket «fuck cancer» er særpreget (distinktivt) som kjennetegn når det brukes i relasjon til armbånd, workshops eller innsamlingsaksjoner, jf. varemerkeloven § 14.

KFIR tar feil når det legges til grunn at FUCK CANCER ikke har noen distinktiv evne som varemerke for armbånd mv. fordi det oppfattes som et generelt slagord. Det er ikke omtvistet at merket vil kunne oppfattes som en form for slagord eller kamprop for kreftkampen. Merket har imidlertid *også* evnen til å tiltrekke seg oppmerksomhet og feste seg i erindringen som et merkenavn for en type armbånd, som produseres, distribueres og selges under kommersiell kontroll av én aktør. Ordmerket er annerledes enn slagord som har vært vurdert i praksis og som typisk er beskrivende, rosende eller banalt. Dette ordmerket setter i gang en kognitiv prosess hos omsetningskretsen som gjør merket enkelt å huske. FUCK CANCER har tilstrekkelig distinktivitet til at det kan varemerkeregistreres.

Dette underbygges for det første av at merket bruker uvanlige og sjokkerende direkte ordvalg for å uttrykke en rå og opprørsk motstand mot en dødelig sykdom. Det er uventet å bruke banneord om en alvorlig sykdom. Dette tiltrekker oppmerksomhet når det brukes på et kommersielt produkt. Merket utløser også en følelsesmessig og intellektuell reaksjon ved at det uttrykker en blanding av empati, støtte og kampvilje. Dette gjør at merket huskes og at det evner å være et merke som skiller Kreftforeningens og Ung Krefts «fuck cancer»-armbånd fra andre armbånd.

For det annet viser bruksdokumentasjonen også at omsetningskretsen oppfatter «fuck cancer» som en spesifikk type armbånd som lages, distribueres og selges under én aktørs kommersielle kontroll – og ikke som et budskap brukt i forbindelse med armbånd generelt. Det alt vesentlige av dokumentasjonen viser at merket blir brukt på armbånd som har en forbindelse til Kreftforeningen og Ung Kreft. Det har ingen betydning for denne merkeoppfatningen at FUCK CANCER eventuelt også oppfattes og brukes som et slagord i andre sammenhenger.

Det er ikke noe relevant friholdelsesbehov for merket i relasjon til armbånd mv. Friholdelsesbehovet innebærer at betegnelser som beskriver egenskaper ved den aktuelle varen eller tjenesten, ikke bør monopoliseres av en enkelt næringsdrivende. Dette gjelder der det er behov for å bruke merket i tilknytning til de aktuelle varene. Det er ingen andre kommersielle aktører som har et relevant behov for å bruke «fuck cancer» i relasjon til eller for å beskrive sine egne armbånd. Tvert imot vil kommersielle aktører som bruker «fuck cancer» for å selge egne armbånd, misbruke den goodwill som Kreftforeningen og Ung Kreft har opparbeidet for merket.

Det er lagt ned slik påstand:

1. Klagenemnda for industrielle rettigheters vedtak 5. februar 2024 i sak VM 23/00104 er ugyldig.
2. Staten v/Klagenemnda for industrielle rettigheter dømmes til å erstatte Kreftforeningens sakskostnader for tingretten og lagmannsretten.
3. Staten v/Klagenemnda for industrielle rettigheter dømmes til å erstatte Ung Krefts sakskostnader for tingretten og lagmannsretten.

Ankemotparten, **Staten v/Klagenemnda for industrielle rettigheter**, har i korte trekk gjort gjeldende:

Tingrettens dom er korrekt. Det aktuelle vedtaket er gyldig fordi slagordet FUCK CANCER hverken har iboende eller tilslitt særpreg som varemerke for de aktuelle vare- og tjenesteklassene, jf. henholdsvis varemerkeloven § 14 første ledd andre punktum og § 14 tredje ledd.

Tingretten har ikke lagt til grunn at «fuck cancer» mangler særpreg fordi det er beskrivende. Rettsgrunnlagene i varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a (beskrivende merker) og § 14 første ledd andre punktum (merker som mangler særpreg) vil i noen saker gå hånd i hånd. For eksempel hvis merket «grovbrød» søkes registrert for bakerevarer, vil merket både være beskrivende og mangle særpreg. I denne saken er det kun manglende særpreg som er relevant.

Det fremgår tydelig på side syv i tingrettens dom at retten deler statens oppfatning om at slagordet «fuck cancer» vil forstås som et kamprop mot kreft eller en generell støtteerklæring for kreftsaken. Av den grunn mangler slagordet særpreg.

Selv om regelen om at beskrivende merker skal nektes registrering ofte begrunnes i friholdelsesbehovet, og regelen om at varemerker må ha særpreg ofte begrunnes med at de må kunne utpeke en bestemt opprinnelse (garantifunksjon), er det ikke vanntette skott mellom disse hensynene. For eksempel vil et fargemerke som ikke er beskrivende, ofte mangle særpreg. Dette både fordi fargen mangler evne til å utpeke en bestemt tilbyder og fordi det er behov for å friholde farger fordi det er et begrenset antall farger vi klarer å oppfatte og skille fra hverandre. I denne saken står man overfor et slagord hvor begge hensyn gjør seg gjeldende. Tingrettens begrunnelse går ut på at slagordet er et generelt kamprop som ikke utpeker en bestemt kommersiell opprinnelse og at det må holdes fritt for alle å bruke. Staten er enig i dette.

I vurderingen av hvordan omsetningskretsen vil oppfatte slagordet, er det relevant å vurdere hvor vanlig det er å bruke ordet «fuck» sammen med andre forhold. Tingretten

foretar nettopp en slik helhetlig vurdering av den konkrete ordsammenstillingen «fuck cancer», og har korrekt konkludert med at denne ikke har varemerkerettslig særpreg.

Det er videre uten betydning for den varemerkerettslige bedømmingen hvilke motiver de ankende parter hadde for å søke om varemerkeregistrering av slagordet. Poenget er at én aktør ikke skal få en enerett til et slagord som også andre aktører kan ha et legitimt behov for å benytte. Det er ikke slik at kravene til særpreg er lavere for veldedighetsorganisasjoner enn andre.

Tingrettens henvisning til at det skal mye til for innarbeidelse for ordmerker (tilslutt særpreg) som i utgangspunktet er beskrivende, kan tilsi at tingretten har vurdert slagordet opp mot samme terskel som for beskrivende merker. Staten er enig med ankende part i at terskelen for innarbeidelse generelt er høyere for beskrivende merker, enn for merker som ikke er beskrivende. Det er imidlertid snakk om gradforskjeller. Selv om tingretten skulle ha lagt til grunn en terskel som var noe høyere enn det KFIR la til grunn i sitt vedtak, er det uten betydning da tingrettens konklusjon uansett er korrekt.

Staten erkjenner at det er tilstrekkelig for ugyldighet at lagmannsretten finner at merket har særpreg for én av klassene, slik ankende part har fremholdt.

Det er lagt ned slik påstand:

1. Anken forkastes.
2. Staten v/Klagenemnda for industrielle rettigheter tilkjennes sakskostnader

**Lagmannsretten bemerker:**

### **Konklusjon**

Lagmannsretten er kommet til samme resultat som tingretten og kan i store trekk slutte seg til tingrettens begrunnelse. KFIRs vedtak er dermed gyldig og anken skal forkastes.

### **Innledning**

Saken gjelder gyldigheten av KFIRs vedtak om å avslå registrering av ordmerket FUCK CANCER.

Et varemerke kan bestå av alle slags tegn som er «egnet til å skille en virksomhets varer eller tjenester fra andres», jf. varemerkeloven § 2. Varemerkerett gir innehaveren enerett til å bruke merket som kjennetegn for slike varer eller tjenester som varemerket er beskyttet for, jf. varemerkeloven § 4. Varemerkerett oppnås ved registrering i varemerkeregisteret, ved internasjonal registrering eller ved innarbeiding, jf. varemerkeloven § 3.

Alminnelige registreringsvilkår for varemerker følger av varemerkeloven § 14. Lovens vilkår på søknadstidspunktet skal legges til grunn, jf. overgangsbestemmelser 17. februar 2023 nr. 230 punkt 1. På dette tidspunktet lød varemerkeloven § 14 første til tredje ledd slik:

Et varemerke som skal registreres, må bestå av et tegn som kan beskyttes etter § 2, og som kan gjengis i varemerkeregisteret på en slik måte at myndighetene og allmennheten klart og tydelig kan avgjøre gjenstanden for den beskyttelse merkehaveren gis. Det må ha særpreg som kjennetegn for slike varer og tjenester som det gjelder.

Et varemerke kan ikke registreres hvis det utelukkende, eller bare med uvesentlige endringer eller tillegg, består av tegn eller angivelser som:

- a. angir varens eller tjenestens art, beskaffenhet, mengde, formål, verdi eller geografiske opprinnelse, tiden for fremstillingen av varen eller prestasjon av tjenesten, eller andre egenskaper ved varen eller tjenesten, eller
- b. i alminnelig språkbruk eller etter en lojal og etablert forretningskikk utgjør sedvanlige betegnelser for varen eller tjenesten.

Vilkårene i første og annet ledd må være oppfylt både på søknadsdagen og registreringsdagen. Ved vurderingen etter første ledd annet punktum og annet ledd skal det tas hensyn til alle omstendigheter som forelå på søknadsdagen, og særlig til virkninger av bruk av varemerket før dette tidspunktet.

Ankende parter mener at KFIR har feiltolket varemerkelovens krav til særpreg, herunder særpreg gjennom bruk, jf. varemerkeloven § 14.

Lagmannsretten skal prinsipalt prøve om ordmerket FUCK CANCER på søknadstidspunktet hadde «særpreg som kjennetegn for slike varer det gjelder», jf. varemerkeloven § 14 første ledd andre punktum. Det subsidiære spørsmålet lagmannsretten skal ta stilling til er hvorvidt ordmerket FUCK CANCER på søknadstidspunktet hadde oppnådd særpreg gjennom bruk.

Lagmannsretten skal prøve KFIRs lovanvendelse på søknadstidspunktet – 30. mars 2022. Kravet til distinktivitet må i tillegg foreligge på registreringsdagen, jf. varemerkeloven § 14 tredje ledd, jf. Rt-2005-1601 avsnitt 41 og 82.

Varemerkeretten er omfattet av EØS-retten. Varemerkeloven gjennomfører Norges forpliktelser etter varemerkedirektivet. Hensynet til rettsenhet tilsier at ordlyden i direktivet vektlegges ved tolkning av lovbestemmelser som bygger på direktivet. Det samme gjelder praksis fra EU-domstolen knyttet til relevante bestemmelser i direktivet. Det følger av HR-2016-2239-A (Route 66) avsnitt 31 og HR-2021-2479-A (Bank Norwegian) avsnitt 51 at rettspraksis fra EF-domstolen er en sentral rettskilde ved den nærmere tolkningen. Relevant praksis fra nasjonale domstoler kan også ha relevans, men først og fremst der det er flere dommer som gir uttrykk for det samme.

Ved prøving av vedtak fra KFIR har domstolen alminnelig prøvingsadgang. Det er vanligvis ikke grunn til å vise tilbakeholdenhet ved overprøvingen, jf. HR-2016-2239- A (Route 66) avsnitt 30 og Rt-1995-1908 (Mozell) på side 1914. Fast praksis fra KFIR anses likevel som en relevant rettskilde. Beviskravet i denne type saker er alminnelig sannsynlighetsovervekt.

Kreftforeningen er en kjent, landsdekkende forening. Ung Kreft er mindre kjent for allmennheten. Det er enighet mellom partene om at den relevante omsetningskretsen består av private sluttbrukere og profesjonelle aktører med engelskkunnskaper. Lagmannsretten legger dette til grunn.

### **Rettslige utgangspunkt - iboende særpreg som varemerke**

Kravet om særpreg omtales ofte som et krav om at merket må ha distinkt evne. Kravet til særpreg må sees i lys av varemerkelovens hovedformål, som er å markere produktenes kommersielle opprinnelse. I lovforarbeidene er det understreket at særpreg må vurderes ut fra hvordan den relevante omsetningskretsen her i landet vil oppfattet merket.

Gjenkjennelseeffekten må være i den relevante omsetningskretsen, jf. varemerkeloven § 2. En forutsetning for registrering er at ordmerket ikke er deskriptivt, jf. varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a.

I HR-2021-2480-A (Stortorvets Gjæstgiveri) avsnitt 34 til 36 uttalte Høyesterett følgende om forståelsen av vilkårene i varemerkeloven § 14 første ledd og andre ledd bokstav a:

- (34) Etter første ledd kreves det altså at merket har særpreg som kjennetegn for den aktuelle vare- eller tjenestekategorien. Dette vil si at det er «egnet til å skille en virksomhets varer eller tjenester fra andres», jf. § 2 første ledd. I praksis er det lagt til grunn at tegnet «må ha evne til å tiltrekke seg en viss oppmerksomhet, og være av en slik art at det er egnet til å feste seg i erindringen til dem som møter merket i handelen», jf. Rt-2005-1601 Gule Sider avsnitt 42 med sitat fra Lassen og Stenvik, Oversikt over norsk varemerkerett, 2. utgave, 2003 side 43. Bedømmelsen må skje ut fra hvordan den relevante omsetningskretsen – i vår sak det alminnelige restaurantsøkende publikum – ville oppfatte merket.
- (35) Registreringshindringen etter § 14 andre ledd bokstav a retter seg mot tegn som er rent beskrivende for den aktuelle varen eller tjenesten. Bakgrunnen for forbudet er friholdelsesbehovet, som innebærer at betegnelser som beskriver egenskaper ved den aktuelle varen eller tjenesten, ikke bør forbeholdes – monopoliseres av – en enkelt næringsdrivende.
- (36) Selv om § 14 første og andre ledd oppstiller selvstendige vilkår for registrering, vil de to vurderingstemaene i praksis kunne gli over i – eller delvis overlapse – hverandre. Utgangspunktet er at rent beskrivende varemerker heller ikke har særpreg. Hvis et merke består av en kombinasjon av ordelementer som i seg selv er beskrivende for egenskaper ved varen eller tjenesten, må som regel også kombinasjonen anses beskrivende. Etter begge ledd skal det likevel foretas en



helhetsvurdering av merkets form og innhold. Jeg viser til Ot.prp.nr.98 (2008–2009) side 49-50 om disse rettslige utgangspunktene.

Spørsmålet om kravene til særpreg er oppfylt for ordmerket FUCK CANCER, må avgjøres etter en helhetlig vurdering. Det er oppfatningen hos gjennomsnittsforbrukeren i den relevante omsetningskretsen her i landet som skal tas i betraktning ved vurderingen av om vilkåret er oppfylt, jf. også Lassen og Stenvik, Kjennetegnsrett (2011) side 55 med videre henvisninger. For alminnelige forbruksvarer vil den relevante målestokken være gjennomsnittsforbrukeren – og spørsmålet er hva en alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velunderrettet forbruker vil oppfatte som distinktivt, se Ot.prp.nr. 98 (2008-2009) side 49.

Høyesterett har i Rt-2002-391 tatt stilling til om uttrykket GOD MORGON – som var navnet på en appelsinjuice – oppfylte kravene til iboende særpreg. På side 402 uttalte Høyesterett dette:

Spørsmålet er da om uttrykket GOD MORGON anvendt på appelsinjuice har tilstrekkelig distinktiv evne i den forstand som drøftelsen foran indikerer. Det er som nevnt på det rene at vurderingen skal foretas på basis av hvorvidt en alminnelig godt opplyst, rimelig oppmerksom og velunderrettet forbruker vil oppfatte merket GOD MORGON på appelsinjuice som egnet til å atskille dette produktet fra andres produkter.

Uttrykket er ikke preget av noen originalitet eller av noen syntaktiske eller semantiske særtrekk. Dette er som nevnt ikke nødvendige vilkår, men mangel på slike særtrekk svekker utvilsomt dets distinktive evne. Merket beskriver ikke egenskaper ved produktet og skjærer derfor klar av vilkåret i varemerkeloven § 13 første ledd annet punktum. Men det henspiller på en situasjon, et tidspunkt på døgnet, da det er naturlig å anvende produktet, og også dette svekker dets særpreg – men vel i mindre grad enn flere av de uttrykk som Førsteinstansdomstolen i EF har underkjent blant annet ut fra slike betraktninger. På den annen side må det kunne sies at uttrykket er ganske slående både visuelt og fonetisk, og det spiller på de positive assosiasjoner som en vennlig morgenhilsen vanligvis gir. Det kan heller ikke være uten betydning at dette og lignende merker har vært godkjent registrert i våre naboland og også i andre land. Jeg er på denne bakgrunn, og som nevnt under tvil, kommet til at merket GOD MORGON for appelsinjuice oppfyller kravet til særpreg etter varemerkeloven § 13 første ledd første punktum.

Isolert sett kan denne dommen tilsi at terskelen for å konstatere iboende særpreg er relativt lav. Det bemerkes imidlertid at det etter dette tidspunktet har tilkommet flere dommer fra EF-domstolen, hvor terskelen for å konstatere særpreg synes høyere. Videre er det holdepunkter i både forarbeider, teori og rettspraksis for at det for visse typer tegn – herunder slagord – kan være vanskeligere å påvise iboende særpreg.

Av forarbeidene til varemerkeloven, Ot.prp.nr. 98 (2008-2009) side 50, fremgår følgende om særpregvurderingen, med lagmannsrettens understreking:

Utgangspunktet er at spørsmålet om særpreg og registreringshindrene etter annet ledd bokstav a og b skal vurderes på samme måte for alle typer av merker. Det er ikke nødvendig for å oppfylle særpregskravet at varemerket oppviser artistisk eller språklig originalitet, fantasi eller lignende, jf. EF-domstolens avgjørelse 16. september 2004 i sak 329/02 *SAT. I*, jf. også Rt-2002-391 *GOD MORGON*. Det følger av EF-domstolens praksis at det kan være vanskeligere å påvise særpreg for enkelte typer av tegn, fordi de etter sin art vanligvis ikke vil oppfattes av den relevante omsetningskretsen som angivelse av den kommersielle opprinnelsen for en vare eller tjeneste. Dette gjelder for eksempel slagord, jf. EF-domstolens dom 21. oktober 2004 i sak C 64/02 *Das Prinzip der Bequemlichkeit..* [...]

At det er vanskeligere å påvise særpreg for slagord, underbygges både av praksis fra EF-domstolen og fra KFIR-praksis.

Det følger av avgjørelse T-130/01 (*REAL PEOPLE, REAL SOLUTIONS*) fra EF-domstolen av 5. desember 2002 at kravet til særpreg som varemerke for slagord og andre merker med flere betydninger kun kan sies å ha et slikt iboende særpreg dersom den relevante omsetningskretsen umiddelbart oppfatter ordmerket som en indikasjon på kommersiell opprinnelse (opprinnelsesgarantifunksjon) fra en bestemt tilbyder – uten noen mulighet for forveksling. Dette er fulgt opp i senere avgjørelser – eksempelvis T-320/03 (*LIVE RICHLI*), hvor det fremgikk at ordmerket ikke var egnet til umiddelbart å feste seg i bevisstheten hos den relevante forbrukeren på en slik måte at opprinnelsesgarantifunksjonen oppfylles.

### **Subsumsjon – iboende særpreg som varemerke**

I denne saken er det enighet mellom partene om at den relevante omsetningskretsen både består av private sluttbrukere og profesjonelle aktører. Kravet om særpreg må være oppfylt i begge omsetningskretsene, jf. eksempelvis Rt-2005-1601 (Gule sider).

Det er videre enighet om at ordmerket *FUCK CANCER* ikke er deskriptivt, jf. varemerkeloven § 14 andre ledd bokstav a.

Ordmerket *FUCK CANCER* består av to alminnelige, engelske ord. «Fuck» er et banneord som kan oversettes med «faen» eller «til helvete med». «Cancer» er det engelske ordet for sykdommen kreft. Lagmannsretten legger til grunn at den naturlige språklige forståelsen av *FUCK CANCER* er «til helvete med kreft».

KFIR mente ordmerket fremsto som et kamprop, jf. KFIRs vedtak 5. februar 2024 avsnitt 18, hvor det heter:

[...] I norsk og europeisk praksis har rosende og salgsfremmende slagord i mange tilfeller blitt ansett for å mangle særpreg. Et slagord kan imidlertid ha særpreg som

kjennetegn dersom det i tillegg vil oppfattes som å angi varenes kommersielle opprinnelse, jf. C-398/08 P Vorsprung Durch Technik avsnitt 45 som følges opp i T-305/16 LOVE TO LOUNGE avsnitt 89. I vurderingen vil det være relevant å se hen til blant annet graden av originalitet og om det er nødvendig med en nærmere fortolkning for å oppfatte betydningsinnholdet, jf. C-398/08 P Vorsprung Durch Technik avsnitt 57.

KFIR fant imidlertid at ordmerket FUCK CANCER ikke hadde tilstrekkelig særpreg. Den relevante omsetningskretsen ville ikke umiddelbart forbinde ordmerket med arbeidet til Kreftforeningen og Ung Kreft. Det vises til vedtakets avsnitt 20, hvor det sies:

«[...] Merket uttrykker solidaritet med de som er rammet av kreftsykdom, og støtte til arbeidet med bekjempelse av kreftsykdom i samfunnet. Budskapet er klart og krever ikke nærmere fortolkning. Når ordet Fuck settes foran cancer, som alle kan være enige om at er noe som skal bekjempes, bidrar dette til å mildne banneordet og gjøre det mindre oppsiktsvekkende. Klagenemnda har kommet til at gjennomsnittsforbrukeren vil oppfatte Fuck Cancer som et kamprop mot kreft eller en generell støtteerklæring for kreftsaken. Derfor vil den norske gjennomsnittsforbrukeren ikke oppfatte merket som en angivelse av kommersiell opprinnelse, og det mangler iboende særpreg som kjennetegn, jf. varemerkeloven § 14 første ledd andre punktum.

Lagmannsretten er – som tingretten – enig i denne vurderingen.

Den norske gjennomsnittsforbruker vil forstå meningen av ordmerket FUCK CANCER. Det å sette ordet FUCK foran et annet substantiv som et budskap, gjøres vanligvis for å uttrykke sterk misnøye eller forakt for noe. Brukt som her, er budskapet tydelig at en ønsker kreft bort. Det må dermed forstås som et slags slagord eller kamprop mot kreft. I vår tid er denne type uttrykk ikke uvanlig.

Lagmannsretten kan ikke se at slagordet er så overraskende og iøynefallende at det vil oppfattes som et varemerke. For det første er det syntaktisk og grammatisk korrekt. Uttrykket består av alminnelig brukte og relativt enkle ord fra det engelsk språket. En kan tenke seg tilfeller hvor bruken av fremmedspråk kan bidra til å gi et ordmerke særpreg, men selve språkvalget har ikke nevneverdig betydning her. Ordmerket har ikke syntaktiske eller semantiske særtrekk, og det inneholder hverken ordspill, selvmotsigelser, grammatiske feil eller andre overraskende elementer. Siden uttrykket inneholder et banneord – FUCK – kunne det isolert sett trekke i retning av at ordmerket i noen grad kan oppfattes som sjokkerende eller iøynefallende. Dette inntrykket nedtones imidlertid betydelig av at det etterfølgende ordet – CANCER – mildner uttrykkets styrke og sjokkerende virkning. De fleste er enige om at kreft er noe en ønsker bort. Uttrykket fremstår derfor ikke kontroversielt.

For det annet vil ikke gjennomsnittsforbrukeren vurdere uttrykket som spesielt humoristisk eller noe som setter fantasien i sving. «Fuck» i kombinasjon med det den enkelte er imot,

er nå vanlig å benytte av gjennomsnittsforbrukeren i Norge. For eksempel er uttrykkene «fuck eksamen» eller «fuck pollen» noe en kan forvente å høre fra henholdsvis skoleelever eller pollenallergikere.

For det tredje spiller ikke FUCK CANCER på noe spesielt. Lagmannsretten legger til grunn at det ikke er slik at ordmerket setter i gang en undring eller filosofisk tankevirksomhet hos gjennomsnittsforbrukeren. For de fleste vil ordmerket oppfattes som et generelt kamprop mot kreft.

Som understreket tidligere, er det en relativt høy terskel for å få konstatert at det foreligger særpreg for slagord. Dette gjør seg også gjeldende her hvor FUCK CANCER må sies å være et universelt kamprop mot kreft. Til sammenligning nevner lagmannsretten en avgjørelse fra EF-domstolen av 13. november 2024 – T-82/24 – RUSSIAN WARSHIP, GO FxxK YOURSELF. Uttrykket er kjent fra den russiske invasjonen av Ukraina i 2022. Et selskap ønsket å registrere dette som et varemerke for blant annet klær og smykker. EF-domstolen kom imidlertid til at uttrykket av gjennomsnittsforbrukeren kun ble oppfattet som et politisk budskap, og dette kunne ikke varemerkeregistreres. Dette standpunktet har overføringsverdi til vår sak.

Ordmerket FUCK CANCER er søkt registrert for smykker (armbånd), veldedighetsinnsamlinger og workshoper for kulturelle formål – nemlig perling av armbånd.

Lagmannsretten mener det er sannsynliggjort at den relevante omsetningskretsen relativt enkelt vil kunne resonnerer seg frem til at ordmerket FUCK CANCER gjelder for varefortegnelsen *veldedighetsinnsamlinger*. Lagmannsretten finner imidlertid ikke at den relevante omsetningskretsen umiddelbart vil oppfatte ordmerket som en indikasjon på en bestemt kommersiell opprinnelse. FUCK CANCER er et generelt uttrykk som forteller forbrukeren at vedkommende kan markere støtte til kreftsaken ved å delta på veldedighetsinnsamlinger. Dette må imidlertid etter lagmannsrettens syn anses som et salg fremmende budskap som en hvilken som helst aktør som støtter kampen mot kreft kan stå bak. Det tilføyes at nettopp friholdelsesbehovet tilsier at ordmerket FUCK CANCER ikke varemerkeregistreres.

Tilsvarende er det ikke bare de ankende parter som selger *armbånd* med ordlyden «fuck cancer», hvor større eller mindre andeler av salget går til inntekt for kreftsaken. Det vises herunder til vitnemålet fra Mari Kristine Lillestølen, som lager og selger slike smykker under selskapsnavnet Myke Muler.

Til slutt er det lagmannsrettens syn at de ankende parter bruk av ordmerket FUCK CANCER heller ikke har særpreg for *workshoper for kulturelle formål*. Den dokumenterte medieomtalen fra ulike lokalaviser har ikke et entydig innhold. I likhet med tingretten,

finner lagmannsretten at noen artikler legger vekt på bakgrunnen for initiativet, andre på perlearmbåndene og andre igjen på innsamlingsformålet eller workshopens oppslutning. Et gjennomgående motiv for deltakerne synes å være viktigheten for å gjøre noe for kreftsaken – ikke spesifikt for Ung Kreft eller Kreftforeningen som kommersiell aktør. Også for workshoper for kulturelle formål slår dessuten friholdelsesbehovet inn. De ankende parter bør etter lagmannsrettens syn ikke gis enerett til å bruke ordmerket FUCK CANCER for workshoper for kulturelle formål. Andre kommersielle aktører vil i så tilfelle fratas muligheten for å bruke dette ordmerket til å smale inn penger via workshoper til kreftsaken. Det vil være uheldig all den tid begrepet i samfunnet oppfattes som et generelt kampord mot kreft.

Lagmannsretten konkluderer etter dette med at ordmerket FUCK CANCER ikke hadde tilstrekkelig særpreg på søknadstidspunktet for noen av de tre varefortegnelsene smykker (armbånd), veldedighetsinnsamlinger eller workshoper for kulturelle formål (perling av armbånd).

### **Rettslig utgangspunkt – tilslitt særpreg gjennom bruk**

Det følger av varemerkeloven § 14 tredje ledd andre punktum at også bruk kan danne grunnlag for særpreg.

Det følger av forarbeider og rettspraksis at et varemerke kan utvikle særpreg gjennom bruk – selv om det opprinnelig ikke har iboende særpreg. Ved denne vurderingen er bruk etter søknadstidspunktet irrelevant. Videre er det ikke selve bruken av uttrykket som er avgjørende, men virkningen i den relevante omsetningskretsen. Høyesterett har i Rt-2005-1601 (GULE SIDER) tatt stiling til tilslitt særpreg etter bruk. Dommen gjelder imidlertid et deskriptivt merke. Høyesterett har i dommens avsnitt 48 sagt følgende om særpreg gjennom bruk:

Det skal altså meget til for at et deskriptivt merke kan bli tilstrekkelig innarbeidet som varemerke til å kunne registreres. Dette skyldes at spørsmålet her ikke bare er om varemerket er kjent eller ikke, men også om det har oppnådd slik distinktivitet at det kan være særmerke for noens varer eller tjenester. Men innarbeidelse kan bli resultatet dersom markedsføringen av merket har vært så intens at det dermed har fått en annen betydning enn som generisk betegnelse. Hvis en slik situasjon inntreffer, vil friholdelsesbehovet ikke være til hinder for registrering. Dette fremgår blant annet av EF-domstolens dom i sak i C-108/109/97 (C-108/97) CHIEMSEE premiss 44 og 47.

Videre uttalte Høyesterett følgende i avsnitt 57 om at det skal foretas en konkret helhetsvurdering av om særpreg var etablert på søknadstidspunktet:

Når det så er spørsmål om GULE SIDER oppfylte kravene til distinktivitet på søknadstidspunktet, finner jeg det hensiktsmessig å ta utgangspunkt i EF-domstolens bemerkninger i sak C-108/109/97 (C-108/97) CHIEMSEE. Domstolen uttaler i

premiss 49 at det ved avgjørelsen av om et varemerke har fått tilstrekkelig særpreg ved bruk, skal foretas en samlet vurdering av ulike elementer som kan godtgjøre at merket er blitt brukt til å identifisere at den aktuelle varen har sin opprinnelse hos en bestemt virksomhet, og derfor er egnet til å atskille denne varen fra andre virksomheters varer. I premiss 51 nevnes en rekke momenter som det er relevant å ta i betraktning ved vurderingen av særpreget: Varemerkets markedsandel, intensiteten, den geografiske utstrekningen og varigheten av bruken, størrelsen av de investeringer som har vært foretatt for å fremme varemerket, andelen av den relevante omsetningskrets som identifiserer at produktet har sin opprinnelse hos en bestemt virksomhet, samt erklæringer fra industri- og handelskammer eller andre faglige sammenslutninger.

Av dommens avsnitt 61 fremgår videre at innarbeidelsen må omfatte hele omsetningskretsen eller i det minste «en betydelig andel.»

Vurderingen som skal gjøres omfatter bruk i hele Norge og for alle varefortegnelsene det er søkt registrering for, jf. dom fra EF-domstolen C-299/99 (PHILIPS).

EF-domstolens avgjørelse T-223/17 ADAPTA POWDER COATINGS avsnitt 111 viser at det at et ordmerke har blitt brukt over en viss periode, ikke er tilstrekkelig til å sannsynliggjøre innarbeidelse. Det sies her:

[...] the mere fact that the sign has been used in the European Union for some time is also not sufficient to show that the public targeted by the goods in question perceived it as an indication of commercial origin.

### **Subsumsjon – tilslitt særpreg som varemerke**

Lagmannsretten skal ta stilling til om ordmerket FUCK CANCER på søknadstidspunktet hadde fått det nødvendige særpreget ved bruk.

KFIR fant at særpreg heller ikke var oppnådd ved tilslitt bruk, jf. KFIRs vedtak 5. februar 2024 avsnitt 25, hvor det heter:

Dokumentasjonen i saken viser at uttrykket «Fuck Cancer» først ble tatt i bruk utenfor Norge, av tiltakshavere som ville vise støtte og samle inn penger til kreftsaken. I Norge startet produksjon og salg av Fuck Cancer-armbånd etter initiativ fra en privatperson for å samle inn penger til kreftforskning og støtte unge kreftrammede. Da armbåndenes popularitet etter hvert økte, ble organiseringen av produksjon og salg overtatt av klagerne. Historikken til Fuck Cancer, både her til lands og i utlandet, gir inntrykk av at begrepet, i alle fall til å begynne med, ble brukt som et slagord for å rette oppmerksomhet mot kreftsaken generelt, og ikke mot en bestemt kommersiell tilbyder.

Bevisføringen for lagmannsretten har vist at det nå i hovedsak er de ankende parter som produserer og selger perlearmbånd til inntekt for kreftsaken. I løpet av drøye seks år – fra årsskiftet 2016/2017 til søknadstidspunktet – er det solgt mellom 150 000 og 160 000

armbånd, og det legges til grunn at salget har foregått i hele Norge. Omsetningen har vært på mer enn 20 millioner kroner, og de ankende parter har hatt betydelige inntekter av salget av armbånd. Videre er det avholdt mange workshoper over hele landet – og workshopene og salg av fuck cancer-armbånd har fått omtale i mange ulike lokalaviser. Bruken av FUCK CANCER har åpenbart hatt et visst omfang i de ankende parters virksomhet. Dette er likevel ikke i seg selv tilstrekkelig for å kunne slå fast at omsetningskretsen oppfatter merket som en indikasjon på kommersiell opprinnelse, jf. EF-domstolens avgjørelse i T-223/17 ADAPTA POWDER COATINGS.

KFIR kom i sitt vedtak til at bruken av FUCK CANCER ikke hadde medført at merket oppfattes som en indikasjon på en bestemt kommersiell opprinnelse. I vedtakets avsnitt 27 sies følgende:

En stor del av det innsendte materialet består av nyhetsoppslag der Fuck Cancer og Kreftforeningen er nevnt. Omtalene stammer fra årene 2020–2022, altså en relativt kort periode like før skjæringstidspunktet. I noe av materialet gis det uttrykk for at Fuck Cancer-armbåndene stammer fra Kreftforeningen. For eksempel fremgår det av en artikkel i Adresseavisen fra 25. november 2021, som handler om at skistjernen Johannes Høstflot Klæbo bruker Fuck Cancer-armbånd, at «det er Kreftforeningen som står bak armbåndet». I Oppland Arbeiderblad den 22. februar 2020 fremgår det at klagerne organiserer arbeidsgrupper rundt om i Norge, hvor de aktuelle armbåndene produseres av frivillige og deretter legges for salg på Kreftforeningens nettsider. Andre deler av materialet består av saker om frivillige som selv lager og selger armbåndene, og som tilsynelatende opptre uavhengig av Kreftforeningen. I en artikkel fra Firda datert 28. mai 2021 omtales to skolejenter som selv fikk ideen om å selge gensere med slagordet «fuck cancer» via Instagram. Det fremgår av artikkelen at «For Sande-jentene var det naturlig å samle inn penger til Kreftforeningen». Et annet oppslag i Trønderbladet fra 15. mars 2022 med overskriften «Mali (12) solgte smykker og gir penger til kreftsaken», handler om en 12-år gammel jente som på eget initiativ perlet og solgte armbånd med ulike tekster, blant annet «fuck cancer». Av artikkelen fremgår det at «Ideen om å samle inn penger til Kreftforeningen fikk Mali for lenge siden». En annen artikkel i VG fra etter skjæringstidspunktet omtaler supportere som har hengt opp et banner med Fuck Cancer under en fotballkamp, og at de har opprettet en innsamling for Kreftforeningen. I de tre sistnevnte sakene fremstår det som at frivillige bruker Fuck Cancer på armbånd på eget initiativ, og uavhengig av klagerne, men at de likevel velger å donere innsamlede penger til Kreftforeningen. Etter Klagenemndas syn brukes Fuck Cancer her som et generelt slagord som viser støtte til kreftsaken, og ikke som et varemerke for klagerne. Etter Klagenemndas syn er ikke medieomtalen så konsistent og langvarig at den er egnet til å sannsynliggjøre at Fuck Cancer ble oppfattet som klagerens kjennetegn på skjæringstidspunktet.

Lagmannsretten har kommet til samme resultat. Som både KFIR og tingretten legger til grunn, skal det mye til for å konstatere at særpreg er oppnådd ved tilslitt bruk. Selv om de ankende parter har lagt ned et stort arbeid i prosjektet rundt fuck cancer-armbånd, er dette ikke det samme som at omsetningskretsen oppfatter ordmerket som indikasjon på en bestemt kommersiell opprinnelse. Som KFIR har gått gjennom i sitt vedtak, viser de ulike

avisartiklene fra lokalaviser fra tiden før skjæringspunktet at de ulike personene som har laget fuck cancer-armbånd ikke har en gjennomgående og ensartet oppfatning av ordmerket som de ankende partenes kjennetegn. De fremlagte avisartiklene viser vel så mye at intervjuobjektene har laget eller kjøpt fuck cancer-armbånd for å støtte kreftsaken. Under enhver omstendighet legger lagmannsretten til grunn at medieomtalen fra de i ulike lokalavisene ikke har vært så konsistent og langvarig at den har vært egnet til å lære opp omsetningsgruppen som sådan til å forstå bindingen mellom ordmerket og den kommersielle opprinnelsen. Det vises herunder til at lokalavisene har en begrenset lesergruppe, også fordi mange av artiklene ligger bak betalingsmur på nettet.

Lagmannsretten slutter seg videre til tingrettens dom side 11, hvor følgende sies:

Det er heller ikke sannsynliggjort tilstrekkelig sterke holdepunkter for at den relevante omsetningskretsen på grunn av bruk av ordmerket «Fuck Cancer», automatisk tenker på foreningenes smykker (perlearmbånd) eller veldedighetsinnsamlinger. De kan like gjerne mer generelt forstå ordmerket utfra ordlyden, nemlig som et uttrykk for sinne og frustrasjon over kreft. De som har vært med på workshoper vil kanskje være mer tilbøyelige til automatisk å koble «Fuck Cancer» til foreningenes perlearmbånd, veldedighetsinnsamling og workshoper. Det er imidlertid ikke tilstrekkelig idet den relevante omsetningskretsen er langt større. Mange kjøper også armbånd med ordmerket «Fuck Cancer» fra andre kommersielle aktører. For dem er det neppe mer enn et smykke med et budskap, eventuelt også et minne om at en andel av kjøpesummen har gått til et godt formål.

Foreningene har vist til merkets «snob value» ved at enkelte kjendiser som skiløperen Klæbo, influenseren Funkygine og artisten Kaveh hadde blitt avbildet med perlearmbånd med ordmerket «Fuck Cancer». Det hadde også blitt innledet et samarbeid med smykkedesigneren Børre Olsen. Retten kan imidlertid ikke se at dette er tilstrekkelig til at publikum har lært at ordmerket betyr workshoper hvor det lages perlearmbånd til inntekt for foreningene. Det var kun noen få kjendiser, og begrenset spredning av innleggene. Klæbo var intervjuet i noen lokalaviser i 2021. Funkygine hadde et blogginnlegg i 2017 som reklamerte for en workshop i Bergen. Kaveh hadde brukt perlearmbåndet under et besøk på God Morgen Norge. Børre Olsen døde høsten 2017.

Til sammenligning viser retten til HR-2005-1905 der særpreg for ordmerket «GULE SIDER» «under tvil» ble ansett oppnådd. Det hadde da vært drevet en intens kampanje for å gjøre ordmerket kjent, og det ble antatt at det på søknadstidspunktet hadde fått «en påtakelig goodwillverdi». Markedsføring av ordmerket «Fuck Cancer» for de varefortegnelser søknaden gjelder, har vært langt under dette nivået.

Etter lagmannsrettens syn er det ikke sannsynliggjort at hele omsetningskretsen eller i det minste en betydelig andel av denne har forstått bindingen mellom ordmerket og den kommersielle opprinnelsen. Det tilføyes at dette etter lagmannsrettens syn ikke endres av den sakkyndige rapporten vedrørende google-søk på fuck cancer-armbånd som de ankende parter har lagt frem under ankeforhandlingen. Etter lagmannsrettens syn er denne ikke egnet til å påvise annet enn at de som har søkt etter fuck cancer-armbånd oppfatter at



armbåndene er knyttet til et slagord. Det er ikke fremlagt noen markedsundersøkelse som kunne underbygge en sammenheng mellom ordmerket og en kommersiell opprinnelse.

Lagmannsretten er etter en helhetsvurdering kommet til at ordmerket FUCK CANCER ikke hadde oppnådd særpreg gjennom tilslitt bruk på søknadstidspunktet.

### **Oppsummering**

Lagmannsretten har etter dette kommet til at ordmerket FUCK CANCER ikke hadde særpreg for varefortegnelsen 14, 36 eller 41 på søknadstidspunktet 30. mars 2022.

Lagmannsretten har videre kommet til at ordmerket heller ikke hadde oppnådd særpreg gjennom bruk på det aktuelle tidspunktet. Det hefter dermed ikke feil ved KFIRs vedtak. KFIRs vedtak 5. februar er dermed gyldig.

### **Sakskostnader**

Ankemosparten har vunnet saken for lagmannsretten fullt ut og har krav på erstatning for nødvendige kostnader ved saken som ikke særlige regler gir grunnlag for å unnta, jf. tvisteloven § 20-2 første ledd og § 20-5. Det foreligger ikke tungtveiende grunner som tilsier unntak i denne saken, jf. § 20-2 tredje ledd.

Staten har inngitt en sakskostnadsoppgave på 101 750 kroner, der hele beløpet er salær. Det har ikke påløpt merverdiavgift på salæret. De ankende parter prosessfullmektig har ikke hatt bemerkninger til kostnadsoppgaven.

Lagmannsretten finner at kostnadene har vært nødvendige og at det ut fra sakens betydning har vært rimelig å pådra dem, jf. tvisteloven § 20-5 første ledd, jf. femte ledd. I medhold av tvisteloven § 20-6 andre ledd bestemmes at de ankende parter skal hefte sammen for hele beløpet.

Lagmannsretten skal ved overprøving av tingrettens sakskostnadsavgjørelse legge sitt resultat til grunn, jf. tvisteloven § 20-9 andre ledd. Sett hen til hvordan saken sto for tingretten, har lagmannsretten ikke funnet grunn til å gjøre endringer i tingrettens sakskostnadsavgjørelse.

Dommen er enstemmig.

Dommen er ikke avsagt innen lovens frist på grunn av sykdomsfravær og arbeidsbyrde.

## DOMSSLUTNING

1. Anken forkastes.
2. I sakskostnader for lagmannsretten betaler Kreftforeningen og Ung Kreft in solidum til Staten v/Klagenemnda for industrielle rettigheter 101 750 – etthundreogentusensjuhundreogfemti – kroner innen 2 – to – uker fra dommens forkynnelse.

Ingeborg Kristin Sunde

Erik Bratterud

Carl August Heilmann

Dokument i samsvar med original  
Ingerid Helene Sandberg