

<https://doi.org/10.7577/formakademisk.2959>

Monika Hestad og Steinar Killi

## Samskaping til glede og besvær

Fenomenet Il Tempo Gigante, fra en tegning til en berg- og dalbane, via norgeshistoriens mest sette film

### **Sammendrag**

*Samskaping er ikke et nytt fenomen, men utfordringer rundt eierskapet virker å tilspisses. Hvordan kan forskjellige samskapingsprosesser vurderes utfra et designfaglig perspektiv? Bakteppet er rettsakene rundt et av de mest kjente artefaktene i Norge: Il Tempo Gigante, først brukt i filmen Flåklypa Grand Prix, siden i mange flere sammenhenger før Hunderfossen Familiepark introduserte berg- og dalbanen Il Tempo Extra Gigante. Artikkelen presenterer forslag til hvordan en samskapingsprosess kan vurderes, gjennom fire linser; opprinnelse, prosess, gjenkjennelse og eierskap.*

*Nøkkelord:* Samskaping, Il Tempo Gigante, eierskap

### **Introduksjon**

Samarbeid og kollektive eierformer er trender i samfunnet. Stadig flere fysiske produkter og tjenester blir utviklet i felleskap. Økningen i tilbudet kan i stor grad tilskrives samarbeid, blant utviklere, mellom utviklere og brukere, og brukere imellom. Fysiske produkter som biler og klær som tidligere var individuelt eid, blir i dag i økende grad forvaltet gjennom en kollektiv eierform. Parallelt med trender innen samarbeid og kollektive eierformer, lever også samfunnsmyten om det såkalte «renessansemenneske» som i kraft av sitt veldige talent og sin arbeidsinnsats, står bak hele skapelsesprosessen. Dette til tross for at flere har avdekket at det sjelden er enkeltpersoner som står bak større utviklingsprosesser (Csikszentmihalyi, 1996; Karlgaard & Malone, 2015).

En annen trend er et innovasjonsdriv med mål om å videreutvikle og skape nye opplevelser basert på tidligere suksesser. Dette synes i Coop-butikken hvor for eksempel rosiner blir solgt som «Anne-Cath Vestlys Knerten rosiner» og Laban seigmenn har fått selskap med både «Laban Salte Rockere» og «Laban Deilige Damer». Disse produktene eksisterer fordi de vekker en god følelse og får forbrukere til å engasjere seg i merkevarene, men også fordi bedriftene ønsker å kapitalisere på tidligere suksesser. I disse tilfellene kan det oppstå spørsmål om hvem som har eierskapet til nyskapelsen.

Dette artikkelen tar sikte på å belyse en problemstilling vi begynner å se konturene av; komplekse designprosesser mellom flere aktører og hvordan eierskapet til løsninger dermed blir utfordret og skaper konflikter. Dette tilspisser seg når det som er skapt blir en suksess. I tillegg til heder og ære oppstår det da også gjerne kommersielle verdier.

Vårt formål her er å fremme fire linser på diskusjonen om samskaping: opprinnelse, prosess, gjenkjennelse og eierskap, og å diskutere disse med en av de største, nå avsluttete, rettsakene i Norge rundt dette temaet. I Caprino Filmcenter vs. Hunderfossen Familiepark og Aukruststiftelsen stilles det spørsmål om Hunderfossen Familiepark har kunnet utvikle berg- og dalbanen Il Tempo Extra Gigante utelukkende basert på rettigheter gitt av Aukruststiftelsen. Artikkelen trekker ingen bastante konklusjoner, men søker å gi noen kriterier for en mulig god praksis i slike situasjoner, fra et designfaglig ståsted.

## Bakgrunn

Det er slett ikke noe nytt fenomen at store verk ikke er skapt av et enkelt individ, men at det er skapt i felleskap. Såkalt «co-creation», som man på norsk kan kalle samskaping (Nysveen, Thorbjørnsen & Pedersen, 2012), betyr at samarbeidet har foregått over tid og at målet for samarbeidet er å lage noe som oppleves som nytt. Selv de historiske renessansemenneskene fikk mye hjelp underveis. Michelangelo fikk blant annet hjelp av tidligere medstudent Francesco Granacci da han malte det sixtinske kapell<sup>1</sup>. At ideen og utførelsen av den originale ideen har bakgrunn i én person, er fascinerende, men ofte misvisende. Det er mange eksempler på hvordan enkeltpersoner har utviklet seg til en kreativ merkevare, hvor oppfattelsen er at disse enkeltpersonene faktisk også har utført alt kreativt arbeid. Opp gjennom 1950- og 1960-tallet trodde mange i Norge at det var Walt Disney som skrev og tegnet Donald-bladene som kom ut hver uke (Giæver, 2001). Med et opplag som passerte 250 000 ukentlige utgivelser i 1986 (Kulturstatistikk, 1988) og en kontinuerlig historie som tegneserie i Norge siden 1948 har bladene formet mange generasjoner. Lesere av disse bladene var tidlig klar over forskjellen i kvaliteten på de ulike historiene selv om det kun var Walt Disneys navn som var signaturen. Mer ihuga lesere som gjenkjente den samme «stemmen» i de lange, spennende historiene omtalte bare den ukjente kunstneren som «the great artist». Han og andre kunstnere skulle få sin rettmessige oppmerksomhet mange tiår senere.

Et norsk eksempel som viser hvordan prosesser med uklare eierstrukturer kan utvikle seg til en konflikt er Mariusgensenen. Dette mønsteret har i dag blitt svært populært og er trykket på alt fra servise fra Porsgrund Porselensfabrikk til sengetrekk fra Princess. Mønsteret har fått en betydelig kommersiell verdi. Mønsteret til denne ikoniske norske strikkesgensenen ble designet av Unn Søiland Dale og den ble lansert av Sandnes Uldvarefabrik i 1953 (Bjerkan, 2015). Mønsteret var en forenklet og bearbejdet variasjon over den kjente setedalskoften, men de karakteristiske fargene i blått, rødt og hvitt brøt med normen som var å strikke i naturfarger (Segelcke, 1994). For jobben fikk Søiland Dale et engangshonorar på 100 kroner. Hun ble ikke kreditert for designet. Navnet til genseren var etter slalåmkjørerens Marius Eriksen, som stod modell på bilder iført genseren, og var en av flere skuespillere som brukte denne i filmen «Troll i ord» fra 1954. Mønsteret ble umåtelig populært og kopiert av andre garnfabrikker. Søiland Dale ble av garnprodusenten oppfordret til å gå til sak (Segelcke, 1994). Retten konstaterte at et strikkemønster ikke kunne ansees som design, og det var dermed ikke beskyttelsesverdig etter loven. I 1998 ble det en ny rettsak (Bjerkan, 2015). Dale Garn og Trikotasje hadde da overtatt mønsteret og startet opp maskinstrikking av genseren. Dette var ikke dekket av den originale kontrakten som var innrettet mot hjemmestrikkere. Saken endte i forlik hvor Søiland Dale ble tilkjent en erstatning og retten til å bli navngitt som designer. Hennes selskap Lillunn Sport AS overtok da samtlige produksjonsrettigheter. Det har også blitt hevdet at genseren har klare likhetstrekk med en genser Marius Eriksens mor, Birgit Eriksen, laget på slutten av 1920-tallet. I denne var lusene fjernet og andre farger enn de tradisjonelle sort/hvitt ble benyttet. Det at Mariusgensenen hører til en tradisjon som bygger på setedalskoftene kan være en av grunnene til at den første rettsaken ikke førte frem. Teknisk utvikling samt en bedre forståelse for hva som utgjør verkshøyde medvirket nok til at Søiland Dale fikk sin rettmessige annerkjennelse 45 år senere, i 1998. Eksempelet over viser hvordan man i en designprosess alltid vil ha referanser til andre.

Ifølge Jan Michl, professor emeritus i designteori og -historie ved Arkitektur- og designhøgskolen i Oslo (AHO), så er all design redesign (Michl, 2002). Det vil si at hvert verk vil ha en opprinnelse som starter før verket blir startet på. I noen tilfeller vil det være inspirert av, i andre tilfeller direkte basert på eller noe som ligner på hverandre utvikles parallelt fordi man er inspirert av noe som rører seg i samtiden som en teknologisk nyvinning eller et sosialt fenomen. I større eller mindre grad vil det alltid være en form for samskappingsprosess når noe blir utviklet.

Tar vi utgangspunkt i at de fleste fysiske produkter og tjenester oppstår som et resultat av samskaping vil det være interessant å diskutere noen aspekter rundt livsløpet til et slikt produkt, være seg et fysisk produkt, en tjeneste, en opplevelse eller en kombinasjon av disse. Slik som hvordan man, for eksempel, legger til rette for optimale arbeidsforhold for en slik prosess, hvordan en slik prosess fungerer, hva slags type individer som er med i prosessen og hvem som får kreditt og eierskap til det som er skapt. I dette artikkelen har vi valgt å se på fire linser for å belyse noen av utfordringene når vi betrakter en samskappingsprosess; *opprinnelse*, *prosess*, *gjenkjennelse*, og *eierskap*. Som i eksempelet med Mariusgenserer er det ofte i det siste, eierskap, rettskonflikter kan oppstå, ettersom det at produktet har blitt en suksess kan innebære betydelige kommersielle gevinster til de som sitter med eierskapet, samt at man også gjerne vil videreutvikle det opprinnelige verket for å opprettholde interessen rundt det som er skapt.

For å belyse problemstillingene som reises fra et designperspektiv, vil vi som sagt bruke rettsvisten Caprino Filmcenter vs. Hunderfossen Familiepark og Aukruststiftelsen som har blitt behandlet i 5 rettsinstanser; I Sør Gudbrandsdal Tingrett 16. oktober 2015, i Eidsivating Lagmannsrett 9. januar 2017, i Høyesterett oktober 2017, I Eidsivating Lagmannsrett 3. desember 2018. 28. mars 2019 avviste Høyesterett anken av lagmannsrettens dom fra 3. desember 2018. Vi vil først beskrive fakta i denne saken, før vi diskuterer samskaping i lys av de fire linsene. Se utdrag fra de ulike rettsakene i fig. 15.


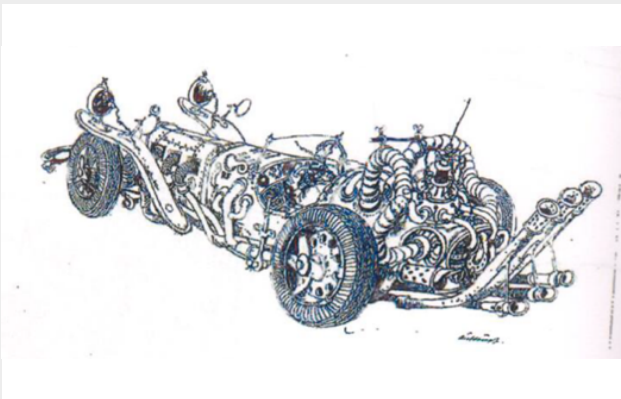
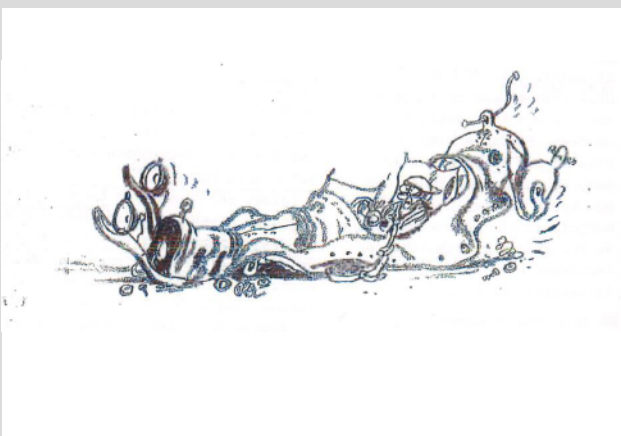
## **Il Tempo Gigante, en suksesshistorie i mer enn 40 år**




Den mest sette filmen i Norge opp gjennom tidene er *Flåklypa Grand Prix*, og man kan også påstå at denne er en av de mest kjente filmene i Norge. Den har bidratt til arketyper som Il Tempo Gigante, Reodor Felgen, Ludvig, Solan, Ben Redic Fy Fazan, samt ord og uttrykk som er levende selv i dag slik som for eksempel «det er fali det» og «time will show». Generasjoner av nordmenn har blitt preget av filmen og de siste årene har vi sett en økende mengde nye produkter fra dette universet, med tegnefilmer og attraksjoner som Hunderfossen Familieparks berg- og dalbane *Il Tempo Extra Gigante*.

Filmene var et samarbeidsprosjekt mellom Kjell Aukrust og Caprino Filmcenter og ble lansert i 1975. I 2014 lanserte så Hunderfossen Familiepark attraksjonen *Il Tempo Extra Gigante* med løyve fra Aukruststiftelsen. Denne ble lansert som et verk utelukkende basert på Kjell Aukrusts verk uten referanse til Caprino Filmcenters bidrag med å skape *Il Tempo Gigante* og filmen *Flåklypa Grand Prix*. Dette fører til en konflikt mellom partene, og det ble rettsak om hvem som har rettighetene til *Il Tempo Gigante*. I arbeidet med å skape *Flåklypa Grand Prix* og *Il Tempo Gigante* har en rekke aktører vært involvert (se tabell 1).



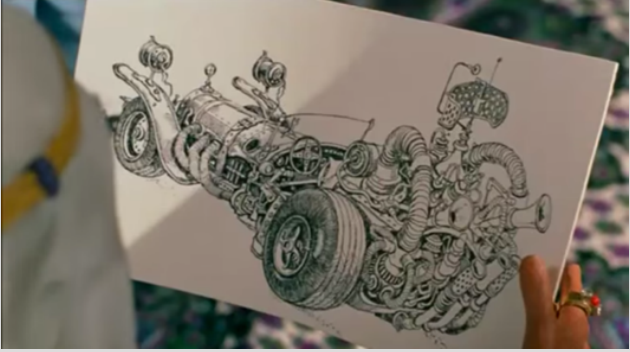

Både Kjell Aukrust og Caprino Filmcenter var etablerte som henholdsvis kunstner og kunstnerfelleskap før samarbeidet om *Flåklypa Grand Prix* begynte. Kjell Aukrusts Flåklypa-univers ble skapt for *Mannskapsavisa* (nå Forsvarets Forum) under navnet Våre Duster (Mannskapsavisa, diverse årganger). Denne ble kjent som den fiktive avisen *Flåklypa Tidende* og gikk fra 1954 frem til 1963. Avisen ble senere publisert i flere bøker. Den første av disse var *Folk og Fe* (Fra 1975: *Flåklypa Tidende 1. årg.*). I *Mannskapsavisa* introduserte Kjell Aukrust mange av de karakterene som senere dukket opp i en ny tolkning i *Flåklypa Grand Prix*. I tillegg til *Flåklypa Tidende* hadde Aukrust også publisert en rekke bøker slik som *Simen* og *Bror min* samt en stor mengde illustrasjoner og malerier<sup>2</sup>.





Tabell 1. Kronologisk fremstilling av alle de ulike versjonene av *Il Tempo Gigante*.

Figur	Årstall	Verk	Navn og kilde	Kunstner
1	1968		<p>Reodor V-20</p> <p>Publisert i Adresseavisen i 1968</p>	Kjell Aukrust
2	1971		<p>Fra manuskriptet Flåklypa TV og Radio under tittelen <i>Il Tempo Gigante</i></p>	Kjell Aukrust
3	1971		<p>Fra manuskriptet Flåklypa TV og Radio under tittelen <i>Il Tempo Gigante</i></p>	Kjell Aukrust

4	1971		Filmbilen II Tempo Gigante.  Lørdagskveld med Erik Bye, NRK Fjernsynet, 01.05.1971	Kjell Aukrust (konsept) og Bjarne Sandemose (modell)
5	1971		Flåklypa TV og Radio. Ikke publisert.  En av flere småhistorier i filmen viser filmbilen II Tempo Gigante	Kjell Aukrust (konsept), Bjarne Sandemose (modell), Ivo Caprino (regissør), Caprino Filmcenter
6	1972		Fra manuskriptet Flåklypa Grand Prix	Kjell Aukrust



7	1975		Flåklypa Grand Prix	Kjell Aukrust (konsept), Bjarne Sandemose (modell), Ivo Caprino (regissør), Caprino Filmcenter
8	1975		Il Tempo Gigante, avbildet i filmen Flåklypa Grand Prix	Ukjent
9	1975		Il Tempo Gigante, Tegning B, Filmrekvisitt i filmen Flåklypa Grand Prix	Kjell Aukrust
10	1976		Modellbilen Il Tempo Gigante i plast for salg til publikum.	Caprino Filmcenter/ Kjell Aukrust

11	1976		Fullskalaversjon av Il Tempo Gigante for kjøring på offentlige veier	Caprino Filmcenter/ Ermanno Martinuzzi
12	2005		Radiostyrt modellbil av Il Tempo Gigante	Caprino Filmcenter/ Kjell Aukrust.
13	2013		TSI Modellbil	Torger S. Iversen AS på oppdrag fra Aukrust-stiftelsen.  Foto: Hans Kristian Torbjørnsen
14	2014	 <p>Il Tempo EXTRA Gigante</p>	Hunderfossens Il Tempo Extra Gigante	Hunderfossen Familiepark AS.  Foto: Catharina Caprino

Forløperen til *Il Tempo Gigante* er illustrasjonen *Reodor V-20* (tabell 1, fig. 1) som ble publisert av *Adresseavisen* i 1968. Samarbeidet mellom Aukrust og Caprino startet i 1970 ved å lage en fjernsynsserie kalt *Flåklypa TV og Radio*. Til denne ble en rekke av de illustrasjonene som Kjell Aukrust hadde skapt opp igjennom gjort til tredimensjonale objekter som ble levendegjort gjennom filming. Bjarne Sandemose, som var ansatt hos Caprino Filmcenter, lagde da en tredimensjonal modell som fikk navnet *Il Tempo Gigante ut fra tegningen Reodor V-20*. Andre tegninger av denne er i manuskriptet til *Flåklypa TV og Radio* (tabell 1, fig. 2). *Il Tempo Gigante* hadde en liten sekvens i serien *Flåklypa TV og Radio* (tabell 1, fig. 3). I denne har Reodor Felgen mekket på bilen og skal forsøke å starte denne. I det den starter blir den slitt i to deler. En artig sketsj som er helt i tråd med Aukrusts humor.

Fjernsynsserien *Flåklypa TV og Radio* ble skrinlagt fordi NRK ikke ønsket denne serien og hele prosjektet ble da satt til side. Samarbeidet ble imidlertid tatt opp igjen for å lage en helafstens spillefilm. Kjell Aukrust, Kjell Syversen, Ivo Caprino og Remo Caprino skrev da manuskriptet *Flåklypa Grand Prix*, der de alle var likeverdige forfattere. Kjell Aukrust tegnet illustrasjoner til en dreiebok for filmen (tabell 1, fig. 5). I denne får *Il Tempo Gigante* spille hovedrollen i filmen sammen med trekløveret Reodor Felgen, Solan Gundersen og Ludvig (tabell 1, fig. 7). I filmen blir flere av Kjell Aukrusts tegninger brukt som rekvisitter; både tegninger som har blitt publisert i andre verk, men også nye tegninger slik som arbeidstegningen som Reodor Felgen i historien selv har av *Il Tempo Gigante* (tabell 1, fig. 9). Som filmrekvisitt er det også en annen tegning av *Il Tempo Gigante* med ukjent opphavsmann (tabell 1, fig. 8)

For å bidra til ytterligere oppmerksomhet rundt filmen lager Caprino Filmcenter en fullskala-bil av *Il Tempo Gigante* i samarbeid med den italienske karosserimakeren Ermanno Martinuzzi i 1976 (tabell 1, fig. 11). Caprino Filmcenter har en kontrakt med Kjell Aukrust om at de har rettighetene til å lage og selge «merchandise» fra filmen. I 1976 lager Caprino Filmcenter en modellbil (tabell 1, fig. 10) og i 2005 lager de en radiostyrt bil (tabell 1, fig. 12). De lager også et videospill basert på *Flåklypa Grand Prix*. Kjell Aukrust fortsetter å publisere tegninger fra Flåklypa-universet.

I 2013 lanserer Aukruststiftelsen, som forvalter rettighetene til Kjell Aukrusts produksjon etter hans bortgang i 2002, på egenhånd, uten å involvere Caprino Filmcenter, en ny modellbil av *Il Tempo Gigante* (kalt TSI-modellbilen) (tabell 1, fig. 13). Basert på TSI-modellbilen og ut fra illustrasjonene til Kjell Aukrust lager Hunderfossen Familiepark berg-og-dalbane attraksjonen *Il Tempo Extra Gigante* (tabell 1, fig. 14). I retten har de opphavsrettslige, kontraktsrettslige og markedsrettslige sidene ved saken vært diskutert. Fra et designfaglig perspektiv er det den opphavsrettslige og den markedsrettslige som er interessante å se nærmere på (fig. 15).

Den opphavsrettslige går på åndsverksloven (1961). Her er spørsmålet hvorvidt det er Kjell Aukrust alene som har det opphavsrettslige eierskapet til hva som er skapt, om det er delt eierskap, eller om Caprino Filmcenter har eierskapet til det som er skapt. Videre handler det om det kunstneriske uttrykket som har blitt tilført gjennom arbeidet hos Caprino Filmcenter er å finne igjen i Hunderfossens Familieparks *Il Tempo Extra Gigante*. Det andre tvistespørsmålet går på markedsføringslovens §§ 25 og 30<sup>3</sup> (Markedsføringsloven, 2009). Dette går på om Hunderfossen ved å lansere *Il Tempo Extra Gigante* bygger på arbeidet som Caprino Filmcenter har lagt ned i å utvikle og markedsføre *Il Tempo Gigante*.

I Sør-Gudbrandsdal tingrett i 2015 vant Hunderfossen Familiepark på alle punktene. Caprino Filmcenter vant i Eidsivating lagmannsrett i januar 2017. Denne dommen ble så anket inn til Høyesterett for bruk av feil rettsanvendelse, og den opphavsrettslige delen av saken ble da avgjort til Hunderfossens Familieparks fordel. Høyesterett opphevet i november 2017 dermed lagmannsrettens avgjørelse, og da saken kom opp igjen i lagmannsretten høsten 2018 ble det med et markedsrettslig perspektiv. Denne ble også avgjort til fordel for Hunderfossen Familiepark.



### 1. Tingrett

16 oktober 2015  
Saksnummer 14-169454TVI-SGUD

**1. Krenker II Tempo Extra Gigante Caprino Filmcenters opphavsrett til filmbilan II Tempo Gigante?**

«Retten finner at saken har klare paralleller i Rt. 1962 s. 964 om Wegners sybord. Det avgjørende er at det kunsthåndverksmessige uttrykket som karakteriserer Sandemoses filmbil, ikke gjenfinnes i Hunderfossens attraksjon.

Retten konkluderer etter dette at attraksjonen II Tempo Extra Gigante ikke krenker Caprino Filmcenters opphavsrett til filmbilan.»

Retten tok ikke stilling til hvorvidt bearbeidelsen til filmbilan er et fellesverk mellom Kjell Aukrust og Bjarne Sandemose (I Caprino Filmcenter).

**2. Opphavsretten til Tegning B**  
(Den eneste kjente bevarte originaltegningen av II Tempo Gigante). «Det avgjørende for rettens vurdering er at Sandemoses skapende bidrag til filmbilan, som utgjør den bearbeidelse som Caprino Filmcenter har opphavsrett til, ikke gjenfinnes i Tegning B. Tegning B er en bearbeidelse av Aukrusts tidligere tegninger, herunder Tegning A (som er tegningen fra 1969, av Reodor V20, en budbil til Adresseavisen), men ikke av filmbilan.»

Retten konkluderer etter dette at Aukruststiftelsen alene innehar opphavsretten til Tegning B.

Retten har funnet at Kjell Aukrust har opphavsretten til navnet "II Tempo Gigante".

**3. Markedsføringsloven**  
Caprino Filmcenter anfører subsidiært at Hunderfossen Familieparks tilbud og markedsføring av II Tempo Extra Gigante er i strid med markedsføringsloven §§ 25 og 30, og at Aukruststiftelsen har medvirket til dette.

«Retten vurderer etter dette at II Tempo Extra Gigante ikke er noen etterligning av filmbilan, det foreligger ingen urimelig utnyttelse av Caprino Filmcenters innsats, og det er heller ingen relevant forvekslingsfare. Retten konkluderer etter dette at Hunderfossen ikke har overtrådt mfl. § 30.»

**4. Loyalitetsplikten i kontraktsforhold**  
Caprino Filmcenter har anført at både Hunderfossen Familiepark og Aukruststiftelsen har brutt loyalitetsplikten i sine kontraktsforhold med filmsenteret. Hunderfossen og Aukruststiftelsen bestrider dette.

«Retten konkluderer etter dette at Hunderfossen ikke har brutt loyalitetsplikten i kontraktsforholdet med Caprino Filmcenter.»

Retten vurderer det slik at Aukruststiftelsen ikke har opptrådt illojalt overfor Caprino Filmcenter i forbindelse med forhandlingene eller kontraktsinngåelsen med Hunderfossen. Retten konkluderer etter dette at Aukruststiftelsen ikke har brutt loyalitetsplikten i kontraktsforholdet med Caprino Filmcenter.

### 2. Lagmannsrett

9 januar 2017  
Saksnummer 16-00101 IASD-ELAG/

Dommen var ikke enstemmig, flertallet avgav følgende domsbeslutning i ankesaken:

**1. II Tempo Extra Gigante er en krenkelse av Caprino Filmcenter AS' opphavsrett**

til filmbilan II Tempo Gigante fra filmen Flaklypa Grand prix.

**2. Hunderfossen Familiepark AS forbyr å tilby og markedsføre berg- og dalbaneattraksjonen under navnet II Tempo Extra Gigante uten etter samtykke fra Caprino Filmcenter AS.**

**3. Kari og Kjell Aukrusts Stiftelse - Aukruststiftelsen og Hunderfossen**

Familiepark AS er solidarisk ansvarlige for å betale vederlag for bruken av II Tempo Extra Gigante i berg- og dalbaneattraksjonen til Caprino Filmcenter AS.

**4. Tegning B er verken et selvstendig verk eller en bearbeidelse av et åndsverk etter åndsverkløven g 4.**

Den subsidiære påstandene rundt brudd på markedsføringsloven § 25 og § 30,

samt loyalitetsplikten i kontraktsforholdet, ble vurdert av mindretallet;

Mindretallet har etter dette kommet til at hverken åndsverkløven, markedsføringsloven, de inngåtte avtaler eller alminnelig obligasjonsrett, gir grunnlag for å forby II Tempo Extra Gigante eller for å gi fastsettellesdom for erstatnings- og/eller vederlagsansvar.

### 3. Høyesterett

15 november 2017  
Saksnummer HR-2017-2165-A, (sak nr. 2017/542), sivil sak, anke over dom

Aukruststiftelsens anke gjelder rettsanvendelsen fra Lagmannsretten.

Ved Høyesteretts ankeutvalgs beslutning 16. mai 2017 ble anken tillatt fremmet, men forhandlingene for Høyesterett ble begrenset slik at det foreløpig ikke skal forhandles om de subsidiære grunnlagene for anketpartens krav. Kravene basert på kontraktsrettslige betraktninger og overtredelse av bestemmelser i

markedsføringsloven er dermed ikke gjenstand for behandling i Høyesterett nå. Dersom de ankende parter får medhold i at det ikke foreligger en krenkelse av Caprino Filmcenters rettigheter etter åndsverkløven, må lagmannsrettens dom oppheves helt eller delvis og fortsatt behandling av de subsidiære grunnlagene finne sted for lagmannsretten.

Dommer Ringnes forfattet argumentasjon og forslag til domsavsigelse, alle øvrige dommere tilsluttet seg dette.

Fra argumentasjonen:

**(109)** Jeg er – som tingretten og lagmannsrettens mindretall

– blitt stående ved at opphavsretten til Sandemoses bearbeidelse er knyttet til det forfinede kunsthåndverksmessige uttrykk han har gitt filmbilan; den er strømlinjeformet og elegant, med høy grad av finish.

**(127)** .....Jeg er enig i dette, og konkluderer med at Kjell Aukrust alene er opphavsmann til tegning B. Dermed er det bare Aukruststiftelsen som er innehaver av opphavsretten til denne tegningen.

**(131)** Lagmannsretten kom til at bruken av navnet II Tempo Extra Gigante på berg- og dalbanen krever samtykke fra Caprino Filmcenter, og viste blant annet til at tittelen må anses uloselig knyttet til filmbilan.

**(132)** For Høyesterett er det ikke anført at tittelen har vern som åndsverk. Problemstillingen er om Caprino Filmcenter kan påberope seg tittelvernet i åndsverkløven § 46 overfor Aukruststiftelsen og Hunderfossens bruk av tittelen.

**(141)** Min konklusjon er at § 46 ikke gir Caprino Filmcenter rett til å nekte Aukruststiftelsen å bruke tittelen II Tempo Gigante.

Dom:  
Lagmannsrettens dom oppheves.

### 4. Eidsivating Lagmannsrett

3 desember 2018  
Saksnummer 17-187139ASD-ELAG/

Lagmannsretten vurderte om ankesaken skulle vurderes etter Høyesteretts kjennelse.

**(side 11)** Høyesterett har i avsnitt 118 konkludert med at II Tempo Extra Gigante ikke er en krenkelse av Sandemoses bearbeidelse i filmbilan. I avsnitt 127 er det konkludert med at det bare er Aukruststiftelsen som er innehaver til opphavsretten til tegning B og i avsnitt 141 konkluderes

Aukruststiftelsen å bruke tittelen II Tempo Gigante. Kravet er ikke opprettholdt for lagmannsretten og står derfor ikke til behandling.

**(side 13)** Slik situasjonen var da Hunderfossen og Aukruststiftelsen forhandlet og senere inngikk avtale, var dette ikke en handling som strider mot god forretningsskikk. Hunderfossen måtte kunne se etter andre samarbeidspartnere enn Caprino for å utvikle familieparken videre. Verken Hunderfossen eller Aukruststiftelsen opptrådte illojalt eller klanderverdig da de inngikk avtale om en berg- og dalbane basert på Kjell Aukrusts tegninger.

Markedsføringsloven § 25 kommer etter dette ikke til anvendelse.

**(side 13 og 14)** Som det fremgår tidligere foreligger det ikke brudd på verken åndsverkløven eller markedsføringsloven. Det forhold at Caprino først ble orientert om avtalen mellom Aukruststiftelsen og Hunderfossen i november 2013 utgjør ikke et brudd på ulovfestet loyalitetsplikt og det foreligger heller ingen andre forhold – som ikke rammes av de nevnte - 14 - 17-187139ASD-ELAG/ bestemmelse i markedsføringsloven – som gjør at forholdet anses å være i strid med ulovfestet loyalitetsplikt. Hunderfossen har ikke handlet mot den ulovfestede loyalitetsplikt i kontraktsforhold.

**(side 14)** I forbindelse med avtaleinngåelsen var Aukruststiftelsen bevisst på – og la ned betydelig arbeid for – å sikre seg mot å krenke Caprinos rettigheter. Slik lagmannsretten ser det har Aukruststiftelsen forholdt seg lojalt til inngåtte avtaler og det kan verken anses som illojalt eller klanderverdig å utnytte egen opphavsrett innenfor de grenser åndsverkløven og markedsføringsloven setter, slik Aukruststiftelsen gjorde. Aukruststiftelsen har ikke brutt sin loyalitetsplikt i kontraktsforhold overfor Caprino.

Anken over tingrettens dom blir etter dette å forkaste.

### 5. Høyesteretts ankeutvalg

28 mars 2019

Ankeutvalget finner enstemmig at det ikke er grunn til å oppheve lagmannsrettens dom i utvalget etter tvisteloven § 30-3 andre ledd, og at verken avgjørelsesens betydning utenfor den foreliggende sak eller andre forhold tilsier at saken blir fremmet for Høyesterett, jf. tvisteloven § 30-4. Anken tillates derfor ikke fremmet. Høyesteretts beslutning av 28. mars 2019.

Opphavsrett ●  
Markedsrett ▲  
Kontraktsrett ■  
Tekst i kursiv er direkte sitat fra dommene.

Figur 15. Utdrag fra de ulike rettsakene. Illustrasjon: Stine Sofie F. Skinlo.

*Il Tempo Gigante* og *Flåkløya Grand Prix* er samarbeidsprosjekter hvor det har vært en rekke kunstnere involvert for å skape den tredimensjonale filmbilen og spillefilmen. Fra et designperspektiv er derfor denne rettssaken en interessant prinsipiell diskusjon siden trenden nå er samarbeidsprosjekter, mens det i etterkant gjerne er én person som får hele æren. Slik som Michelangelo på folkemunne får æren for det Sixtinske kapell og Walt Disney får æren for Disneys magiske univers.

Er det da bare den som har den opprinnelige idéen som har eierskap til hva som blir skapt, eller ligger det også noe i det kunstneriske utviklingsarbeidet som skjer i fellesskap som gjør at det som er skapt også må forvaltes i fellesskap?

### Den første linsen; opprinnelse

Musikk, produkter og tjenester har begynt sitt liv i små kår, fra enkle skisser på en serviett, noen ord på baksiden av en kvittering eller spilt inn på en telefon. Fra en idé til det ender opp som et verk er ofte en lang vei. Innenfor åndsverksloven nyter ikke idéene i seg selv noen form for beskyttelse (Åndsverkloven, 1961). Det er først når ideen har fått en utførelse at den kan være beskyttet.

Innenfor design kan man se at når en idé går fra å være en tanke man har, til at man har formulert denne, har ideen allerede begynt å få en form. Noen av konturene og prinsippene til produktene som lages er allerede formgitt ved at funksjonene til produktene ofte gir føringer på hvordan formen skal være. Fra et designperspektiv vil derfor hva som er en idé og hva som er en skisse ikke være så sort-hvitt. Den opprinnelige idéen er heller ikke alltid det som blir sluttresultatet. I det man begynner å formgi vil skapelsesprosessen ta over, og materialet man formgir i og tankene som man får mens man arbeider, vil lede til nye idéer (Schön, 1983/1991). I en samskapesprosess vil det være behov for å formidle idéene. I det man formidler disse, enten verbalt eller gjennom en skisse, vil idéene begynne å ta form.

Et aspekt som er interessant å trekke inn er teorien som ble introdusert tidligere om at all «design er redesign», det vil si at alle som skaper noe er inspirert av andres verk og av annet som er i samfunnet. Det vil altså være grader av originalitet som skiller en idé fra en annen. Eksemplet med Mariusgensereren er interessant her. Utgangspunktet til denne er setedalskoften, men den har ingen klart definert opprinnelse og har dermed ingen person eller organisasjon som kan krediteres. Med andre ord, går man langt nok tilbake i et produkts historie vil det ofte være uklart hvem som hadde den originale idéen.

I saken om berg- og dalbanen *Il Tempo Extra Gigante* er det flere idéer som er interessante å se på. Det kan både være idéen om å ha en racerbil utenom det vanlige. En bil som er skrudd sammen av alt man har liggende i «skrotkjelleren». Dette er en idé som ble introdusert i Aukrusts tegning *Reodor V-20* som ble tegnet til *Adresseavisen* i 1968 (tabell 1, fig. 1). Denne idéen ble tatt med videre inn av Bjarne Sandemose ved utvikling av filmbilen *Il Tempo Gigante* (tabell 1, fig. 7) – og til sist i Hunderfossen Familiepark *Il Tempo Extra Gigante* (tabell 1, fig. 11). Det er en tydelig rød tråd fra den første idéen som ble introdusert, til en videreutvikling av idéen. Idéen endres også siden bilen først blir tegnet som en overdimensjonert racerbil med plass til én person, via en gammel bil som er omgjort til en racerbil med plass for to personer, og sist til et langt tog med plass til 14 personer.

Går man grundigere til verks og ser på enkeltelementer som utgjør formen vil man kunne se at ingen av de ulike delkomponentene på *Reodor V-20* og *Il Tempo Gigante* er helt like. De har en hel rekke elementer som ikke er felles, og de har alle fått en delvis ny utforming. Mange av de nye elementene som kommer på filmbilen *Il Tempo Gigante*, slik som for eksempel blodbanken, med flere blodtyper inkludert litt blått blod hvis man skulle treffe på noen kongelige, radar og rakettrør, er heller ikke å gjenfinne på *Reodor V-20*. Av ordlyden hører man at det har et «aukrustsk» preg, og noen av disse idéene er omtalt i manuskriptet, og lignende varianter av for eksempel radaren finnes i andre tegninger.

Det artistiske og den tekniske utførelsen har vært gjenstand for diskusjon i flere saker internasjonalt. Et eksempel her er PH lampen designet av Poul Henningsen. Forståelsen av relasjonen mellom det artistiske og det tekniske har vist seg å bli behandlet forskjellig både over tid, siden den første rettsaken i 1750, og i forskjellige land (Teilmann-Lock, 2017). Høyesterettsdommen i 2017 gir Aukrust kreditt for alle idéer som fører til et nytt element på *Il Tempo Gigante* og Sandemose får kreditt bare for hva som blir beskrevet som «kunsthåndverksmessige finish». Fra et designfaglig ståsted vil vi si at sannsynligheten for at Sandemose kan ha hatt ideer som kom mens han arbeidet med *Il Tempo Gigante* er større enn at han ikke har hatt det. Alle som utøver et virke over lengre tid, slik som Bjarne Sandemose, vil være kreativ innenfor det materialet man er vant med å arbeide med.

Når man ser på illustrasjonene til Aukrust, er det tydelig at han er inspirert av samtiden han er en del av. I en samtid der det var diskusjoner om raketter, radarer og konseptbiler er det ikke usannsynlig at en bilinteressert person som Sandemose, på lik linje med Aukrust, var nysgjerrig på det som rørte seg av teknologiske innovasjoner og da ble inspirert av disse. Det er altså ikke bare Aukrusts tidligere illustrasjoner som kan ha inspirert Sandemose, det kan også være inspirasjon fra andre kilder.

Høyesterettsdommen tilkjenner ikke at det i en formgivingsprosess fra en todimensjonal tegning i perspektiv til et tredimensjonalt artefakt av en viss kompleksitet, ikke vil være en lineær formgivingsprosess som foregår i et lukket rom uten inspirasjon fra andre. Det vil i en formgivingsprosess hele tiden bli tatt beslutninger om hvordan den endelige formen blir (Schön, 1983/1991). Idéene blir til underveis når man arbeider med formen og med inspirasjon fra de omgivelsene man er en del av.

Et annet kanskje enda mer interessant aspekt som ikke har blitt diskutert i like stor grad i rettsakene, er idéen om kjøreeplevelsen som skapes<sup>4</sup>. Gjennom filmen *Flåklypa Grand Prix* får bilen en tilleggsdimensjon ved at den går fra å være en anti-helt til at den blir en helt i filmen (tabell 1, fig. 3 og fig. 6). Racerbilen som er mekket sammen kort tid før racerløpet og som må kjøre mot en rekke moderne racerbiler, vinner et halsbrekkende løp.



Figur 16. Racerløp, *Il Tempo Gigante* drar fra de moderne bilene (Foto: *Flåklypa Grand Prix*, Caprino Filmcenter, 1975).

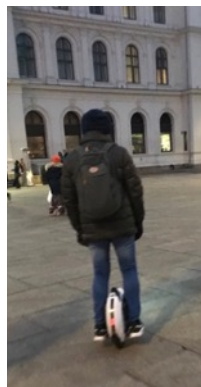
I filmen blir publikum tatt med på en unik kjøreopplevelse. Gjennom å vinne racerløpet blir *Il Tempo Gigante* helten. Regien av denne kjøreopplevelsen er på mange måter høydepunktet og klimakset i filmen. Kan denne opplevelsen gjenskapes ved for eksempel en berg- og dalbane?

### Den andre linsen; prosess

Når idéen er unnfanget og begynner sin ferd mot realisering<sup>5</sup>, stilles man overfor mange utfordringer. Hvilke typer utfordringer designeren stilles overfor kommer selvsagt an på hva som skal utvikles og hvilken sammenheng det man utvikler er en del av. Et interessant moment å diskutere er at jo mer komplekse kunstverk, produkter eller tjenester er, dess flere personer med ulik kompetanse blir involvert. Ser man på ordlyden i åndsverksloven så er denne i liten grad myntet på et fellesverk. For eksempel sier åndsverksloven fra 1961 «opphavsmannen», «individuell skapende innsats» og «utformingen». Den nye åndsverksloven fra 2018 har beholdt begrepet «individuell skapende innsats» og gjort en språklig endring gjennom å innføre begrepet «opphaveren». Alle disse begrepene peker mot én kunstner og ikke flere. Bestemmelsene om fellesverk i åndsverksloven fra 2018 er en marginal endring av tilsvarende bestemmelser i loven fra 1961, og synes ikke å ta hensyn til at samfunnsutviklingen går i retning av mer samskaping. Lovproposisjonen (Kulturdepartementet, 2017) nevner i hovedsak at fellesverk er vanlig innen audiovisuell produksjon, men går ikke inn på økt grad av fellesverk gjennom samskaping innen design.

Hvis vi avgrensner oss til fysiske artefakter vet vi at sluttproduktet skal være en fysisk manifestasjon, men utgangspunktet kan som sagt ha vært en skisse, en enkel modell laget av papp eller fyrstikker for den del. Enkelte ganger er utgangspunktet slett ikke tenkt videreutviklet til en fysisk artefakt, men en idé som er tiltenkt et liv i en todimensjonal verden. Dette vil ofte være frigjørende siden begrensningene synes færre når man ikke behøver å forholde seg til fysikkens lover og andre elementer i den tredimensjonale verden. Det finnes flere eksempler hvor idéen er et fantasiprodukt, men når teknologien utvikler seg, vil denne idéen plutselig være mulig å realisere, svært ofte helt annerledes enn slik den opprinnelige idéen var tenkt. Opprinnelsen var da mer en inspirasjon enn et konsept.

Den franske forfatteren Jules Verne presenterte mange tekniske innretninger i siste halvdel av 1800-tallet. Dette var en god stund før teknologien var moden nok til å realisere mange av disse, men han fungerte nok som en tydelig inspirator<sup>6</sup>. Et ganske nylig eksempel på slik inspirasjon fra fiksjonsverdenen er unihjulet (fig. 17 og 18). Den tekniske løsningen ble introdusert i tegneserien BC i 1965, mens AirWheel Q ble lansert på markedet i 2015. Om skaperen av BC, Johnny Hart, hadde sett for seg at denne skulle bli realisert, er vanskelig å si.

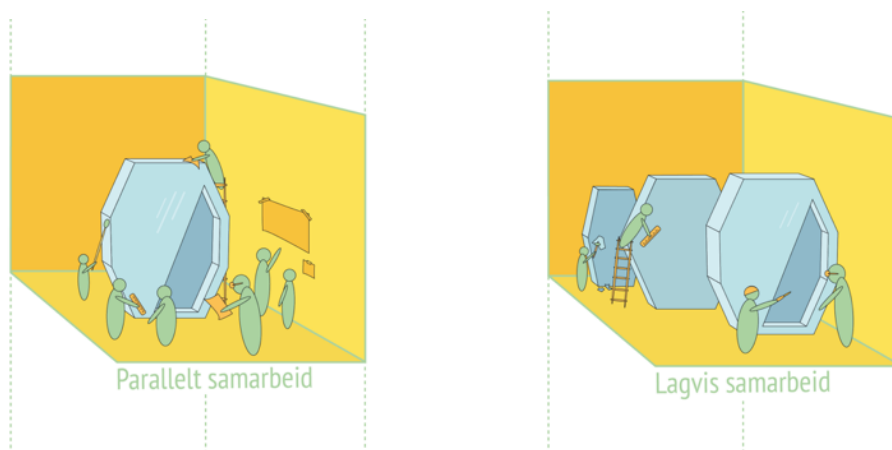


Figur 17 og 18. Thor på sitt fremkomstmiddel fra steinaldersserien BC av Johnny Hart. Illustrasjon Figur 17: Clip fails. Foto Figur 18: Steinar Killi.



Andre ganger blir et selvstendig verk som senere ble transformert til et annet format, gjenkjennbart, men likevel et nytt selvstendig verk. Innenfor film er dette svært vanlig, et godt eksempel er *Ringenes Herre*, et storverk av J. R. R. Tolkien, men senere transformert til et filmpos av bl.a. Peter Jackson. To selvstendige verk, hvor det siste helt åpenbart baseres på det første<sup>7</sup>.

Hvis vi ser litt nærmere på samarbeidsformer for å skape et felles verk kan vi muligens se to typer, med en glidende overgang mellom disse. Den ene kan vi kalle en *lagvis samarbeidsprosess*, i dette tilfellet er det et klart skille mellom det ene verket og det andre, hvor det første er avsluttet og lever for så vidt sitt eget liv, altså det første laget. Det andre laget vil være transformasjonen, dvs. overgangen til det nye formatet, samarbeidet kan da være adskilt i tid og rom.



Figur 19. Parallell- og lagvis samarbeidsprosess. Illustrasjon: Stine Sofie F. Skinlo.

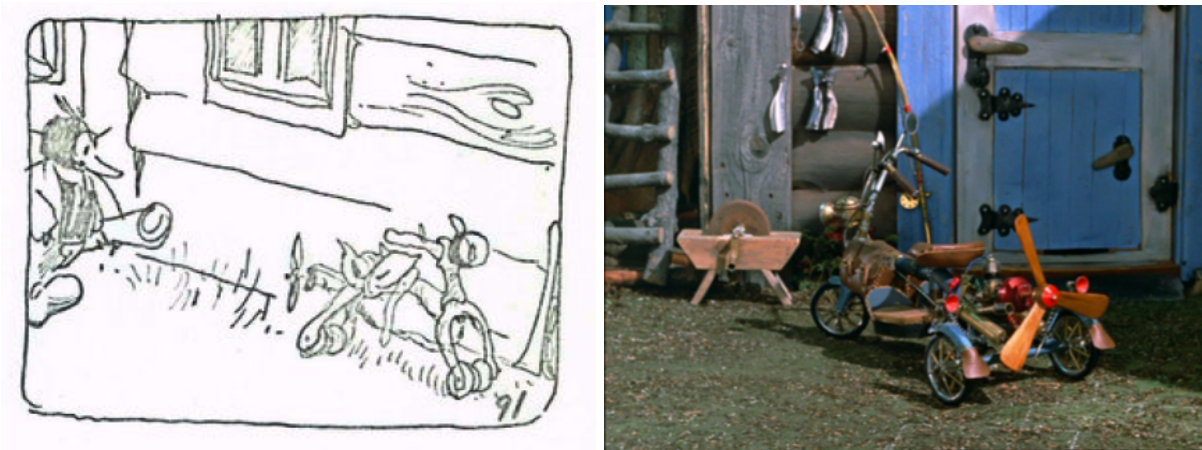
Eksempelet med «Ringenes Herre» belyser dette godt, Tolkien hadde vært død i mange år da Peter Jackson startet med filmene. Han måtte tolke bøkene, kanskje også samtiden til Tolkien og andre bøker av han. Utviklingen av *Mariusgensereren* er et annet eksempel på en lagvis samarbeidsprosess. Søiland Dale transformerte et mønster tilstrekkelig til at når det skulle tilpasses et nytt format, maskinstrykking, ble hennes transformasjon gitt en selvstendig verdi samt eierskap.

I den andre enden finner vi det som kan kalles en *parallell samarbeidsprosess*; dette er den vanligste metoden for de som driver produktutvikling i dag. Det vil ofte være interdisiplinære team som følger prosessen hele veien. Dette kan være designere, ingeniører, markedsførere, salg osv.

Store firmaer som Adidas begynte med dette tidlig på 1990-tallet. De gikk fra å ha sko kun utviklet av skomakere til å bruke industridesignere som etter kort tid ble plassert i større team. Veien frem til sluttproduktet ble hele tiden justert og påvirket av de forskjellige profesjonene i teamet. Fordelene viste seg åpenbare, fra å ha sko som overhodet ikke solgte eller som ikke engang kom i salg, ble alle sko som hadde blitt utviklet lagt ut for salg. Det betød ikke at alle produktene ble bestselgere, men suksessraten økte betydelig. Dette innebar selvfølgelig ikke at teamet satt sammen hele tiden, men det var relativt hyppige møter som justerte kursen.

Fra designernes, altså de som faktisk utformer produktene, ståsted er nok uttalelsen fra Everett McKay fortsatt gjeldende: «Welcome Everyone into the Design Process ... Then Kick 'Em Out» (2019). Med disse to ytterpunktene er det også viktig å merke seg at det ofte vil være en flytende overgang.

Kjell Aukrusts *Reodor V-20* var en todimensjonal tegning og hadde få begrensninger å følge. Heller ikke filmbilen *Il Tempo Gigante* var ment som noe annet enn fantasibil og har derfor færre begrensninger enn om den skulle blitt produsert for å kjøre på offentlig vei. I teorien må den da til en viss grad være holdbar som filmobjekt, men bare nok til at scenene i filmen ble tatt og at disse blir oppfattet som «ekte» av publikum. I realiteten har den vist seg å være langt mer holdbar siden den fortsatt er intakt i dag. Den skulle også se bra ut på filmen og passe inn i en helhet. I denne prosessen ble det skapt en rekke artefakter som filmbilen har noen formlikheter med. I noen tilfeller var disse illustrert i manuskriptet eller i andre verk av Kjell Aukrust, i andre tilfeller, slik som med Solans trehjuling, var de ikke illustrert i manuskriptet og langt fra Aukrusts opprinnelige idé illustrert i andre verk (fig. 20 og 21).



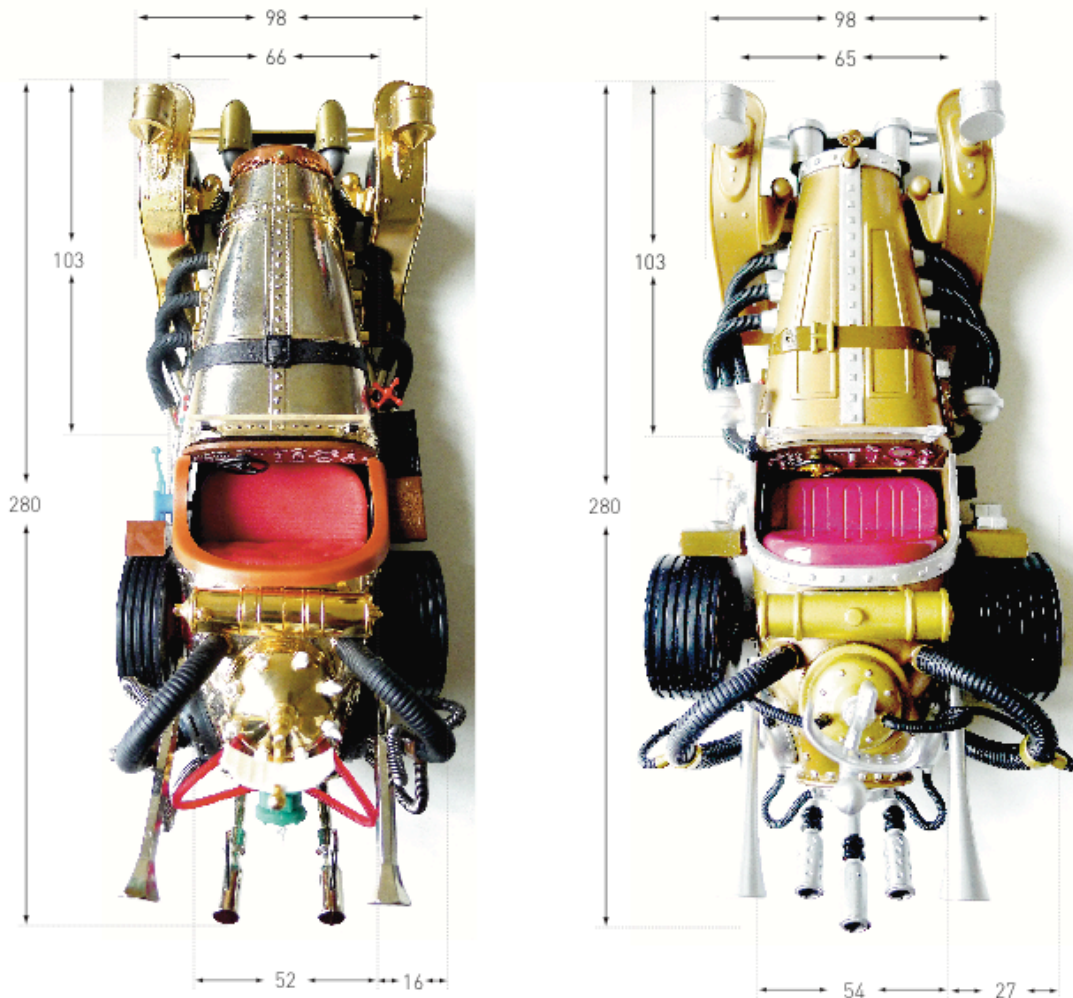
Figur 20 og 21. Solans trehjuling. Illustrasjon av Kjell Aukrust til venstre fra manuskriptet til *Flåklypa Grand Prix* (1972) og Solans trehjuling fra filmen *Flåklypa Grand Prix* til høyre (1975) (Foto: *Flåklypa Grand Prix*, Caprino Filmcenter).

I tilfellet med utformingen av filmbilen *Il Tempo Gigante* og *Flåklypa Grand Prix* er det både en lagvis og en parallell prosess. Aukrusts tegning står som et selvstendig verk. Filmbilen *Il Tempo Gigante* er et nytt verk, en transformasjon av et tidligere verk, Aukrusts tegning. Den artige tegningen av noe Aukrust foreslo som den nye bilen til *Adresseavisens* avisbud, ble gjennom prosessen med Bjarne Sandemose i Caprino Filmcenter utviklet til å bli en fysisk modell av racer bilen til Reodor Felgen. I prosessen var det altså først et lagvis samarbeid ved at Aukrust skapte illustrasjonen som Bjarne Sandemose etterhvert gjorde om til en modell som blir brukt i filmen. Aukrust skapte også illustrasjoner til en rekke av personlighetene som er med i filmen og som ble skapt i samarbeid med dukkemaker Ingeborg Isdahl Riser og drakt- og dekormaker Gerd Alfsen.

De fire forfatterne bak manuskriptet til filmen *Flåklypa Grand Prix* lager selve historiefortellingen. I prosessen med å utføre transformasjonen av en bil som er bygget av alle slags rariteter Reodor Felgen (i realiteten Bjarne Sandemose) har i kjelleren, til en legendarisk racerbil, er iscenesettelsen av løpet viktig. I dette er det flere aktører som er med. Ivo Caprino har, i tillegg til å være medforfatter, stått for tolkning av personlighetene til dukkene gjennom animasjon, regi og filmatisering. Filmingen er gjort i samarbeid med andre ansatte ved Caprino Filmcenter; filmfotografen Charles Patey, filmoperatør Per Hauger, lyddesigner Jacob Trier og Remo Caprino, som i tillegg til medforfatter av manuskriptet, også var regiassistent. Sandemose er, i tillegg til sitt arbeid med på å skape filmbilen *Il Tempo Gigante*, også sentral i å bygge de ulike artefaktene som muliggjør filmingen. Blant annet bygger Sandemose, på bestilling av Ivo Caprino, en kamerabil. Denne følger filmbilen *Il Tempo Gigante* på racerbanen som ble bygget i Caprinos filmstudio på Snarøya. Den siste delen av racerløpet, som har blitt legendarisk fordi

den gir et ordentlig «magesug», ble langt mer realistisk enn forventet. Den gir en kjøreopplevelse som er noe mer enn en vanlig racertur og kan sammenlignes med å være på en berg- og dalbane.

I dette arbeidet er det en parallell samarbeidsprosess under Ivo Caprinos kunstneriske ledelse, hvor Sandemose er sentral i å realisere visjonene både til Kjell Aukrust og til Ivo Caprino. Filmbilen *Il Tempo Gigante* må forstås som et enkelt objekt, men også som en artefakt i en film. Denne filmen får da også en suksess som ikke kan sammenlignes med noen tidligere filmer i norsk sammenheng.



Figur 22. *Il Tempo Gigante* modellbil (Caprino Filmcenter, 1976) og *Il Tempo Gigante* modellbil (Aukruststiftelsen/Torger S. Iversen AS, 2013). (Foto: Caprino Filmcenter).

Utviklingen av *Il Tempo Gigante* stanset imidlertid ikke med filmen *Flåklypa Grand Prix*. Den neste utviklingen var en idé om et markedsføringsstunt der filmbilen ble gjort til en fullskalabil i kjørbær stand. Denne har mange flere begrensninger enn de to øvrige. I denne måtte man ta andre hensyn til trafikksikkerhet, og som en kuriositet ble Reodors bukseseler (som hadde fungert som sikkerhetsbelte i filmen) byttet ut med virkelige sikkerhetsbelter. Den fikk også et lite ryggekamera i form av en tv siden sikten bakover ikke var den beste. Ved å gjøre filmbilen til en kjørbær bil kunne publikum få en langt mer helhetlig opplevelse av *Il Tempo Gigante*. I denne kunne man ta del i filmopplevelsen ved å møte «helten». En viktig dimensjon er at man ved å gjøre den til en fullskalabil er med på å realisere fantasien. Også ved utvikling av denne kan man si at det er en parallell samarbeidsprosess hvor Ivo Caprino har regien, men i arbeidet

for å muliggjøre bilen bidrar også den italienske karosserikunstneren Ermanno Martinuzzi, som gjør *Il Tempo Gigante* om fra en filmmodell på 163 cm til en bil på 6,7 meter som er kjørbær på offentlig vei og godkjent av det som da het Statens Bilsakkyndige.

De neste stegene i å utvikle *Il Tempo Gigante* er modellbilene som ble utviklet av Caprino Filmcenter for salg til publikum. De lagde først én i 1976 og senere en ny radiostyrt *Il Tempo Gigante* for salg i 2005. Oppfølgingen videre er utviklingen av tv-spillet *Flåklypa Grand Prix* som ble lansert i 2000 og belønnet med EMMA-Award. Alle disse artefaktene er gitt ut i regi av Caprino Filmcenter, men med avtale fra Kjell Aukrust og er basert på arbeidet som ble gjort ved utvikling av filmbilen *Il Tempo Gigante*.

I 2013 lanserer Aukruststiftelsen en modellbil, uten konsultering av Caprino Filmcenter. Den er ikke en nøyaktig kopi av filmbilen *Il Tempo Gigante* eller modellbilene til Caprino Filmcenter, men den har vesentlige likheter og målene sammenfaller i stor grad med modellbilene til Caprino Filmcenter (se fig. 22). I 2014 ble det utviklet en berg- og dalbane ved Hunderfossen Familiepark, kalt *Il Tempo Extra Gigante*. Denne ble utviklet med samtykke fra Aukruststiftelsen, igjen uten å konsultere Caprino Filmcenter. Når *Il Tempo Gigante* blir omgjort til en berg- og dalbane får denne ytterligere krav og restriksjoner den må følge, inkludert godkjenning fra Statens jernbanetilsyn. For eksempel blir den splittet opp i to, og en rekke med seter blir satt inn. Dette gjør at den kan romme langt flere personer enn en vanlig bil. Til tross for at den skiller seg ut når det gjelder bruksfunksjon, gir den tydelige assosiasjoner til filmsekvensen med billøpet. Dette var en ny transformasjon. Formatet var blitt en skinnegående kopi av *Il Tempo Gigante* med vogner for spenningssøkende besøkende som antagelig både hadde sett filmen og husket følelsen det kunne være å sitte i bilen under selve billøpet.

Det interessante her er at for denne transformasjonen var samarbeidsprosessen typisk lagvis, og skjedde utenfor tid og rom i forhold til de forrige to verkene. Aukrust var død og Caprino/Sandemose var aldri involvert i prosessen. Problemet i dette tilfellet oppstod når medeierne av bilen *Il Tempo Gigante* ikke var med i prosessen rundt utviklingen av *Il Tempo Extra Gigante*, hverken juridisk i forhold til rettighetene eller av selve attraksjonen, berg- og dalbanen. Dette vil bli ytterligere diskutert i de neste to seksjonene.

### Den tredje linsen; gjenkjennelse

Innen designteorien er det et begrep kalt MAYA (Most Advanced Yet Acceptable) som ble introdusert av den amerikanske industridesigner Raymond Loewy (1979/2000). Tanken er at når nye produkter skal utvikles er det ønskelig at det nye produktet er mer avansert enn det eksisterende, samtidig kan spranget ikke være for stort siden det skal falle i smak hos forbrukerne. I merkevarebygging er dette spesielt viktig. Hvis spranget blir for stort kan identiteten bli borte, og man gjenkjenner ikke produktet som en del av merkevaren.

Innenfor enhver produktkategori er det formet en arketype (Monö, 1997). Det vil si noe som er etablert som den mest kjente formen. Når noe oppleves som radikalt, bryter formen gjerne med det som er arketypen. Dette kan brukes bevisst. Enten, slik som i Loewys tilnærming, ved at man forsøker å gjøre det så forskjellig som mulig, men likevel innenfor en referanseramme som vi kjenner, eller at formen bryter med det som er etablert, fordi det er et ønske om nytt innhold og ny funksjonalitet. Denne dynamikken har man f.eks. sett innenfor el-biler.

I utgangspunktet kan en el-bil se helt annerledes ut enn de vanlige bensinbilene, men enkelte merkevarer har beholdt viktige kjennemerker. BMW har for eksempel beholdt sin ikoniske nyreformede grill, selv om den er helt unødvendig da det ikke sitter en forbrenningsmotor med kjølebehov bak grillen. Andre biler, slik som norske Think, gikk hardere ut for å bryte med idéen om hva en el-bil er, men lyktes ikke på markedet og er et bilmerke som i dag ikke finnes lenger. Tesla gikk derimot i den andre retningen og ønsket å gi en storbilfølelse selv om det er en el-bil, noe som viste seg være svært suksessfullt.

En analyse av *Reodor V-20* og *Il Tempo Gigante* viser at det er tre større formendringer som skjer i overgangen fra illustrasjon til et tredimensjonalt objekt. *Reodor V-20* og *Il Tempo*



*Gigante* deler som tidligere nevnt i liten grad felles elementer. En annen vesentlig forskjell er proporsjonene. *Reodor V-20* er en gigantisk racerbil som har én-manns cockpit, mens *Il Tempo Gigante* er en ombygd «gammel bil» som har plass til to personer. Selve hoveduttrykket til bilen blir endret i transformasjonen fra *Reodor V-20* til *Il Tempo Gigante*. En tredje forskjell er at formuttrykket på bilen *Reodor V-20* er langt røffere enn den noe mer polerte versjonen som er *Il Tempo Gigante*. Det har altså skjedd en vesentlig transformasjon på veien. Likevel er det Aukrust som i stor grad blir tilegnet det kunstneriske uttrykket.

I spørsmålet om gjenkjenning er åndsverkslovens krav til originalitet interessant å diskutere. Innenfor produktdesign legger man ofte vekt på at et produkt skal representere en vesentlig grad av nyhetsverdi, sammenlignet med hva som allerede er på markedet, før man sier at noe er originalt. Har man et produkt med en utvidet funksjon, men hvor brorparten er kjent, er det ofte ikke ansett som originalt. Innenfor åndsverksloven er funksjon og at det skiller seg vesentlig fra hva som er allerede på markedet irrelevant. Åndsverksloven gir beskyttelse til forskjellige type verk fra litterære tekster, skulpturer og videre. Det vesentlige for å få en beskyttelse er at man kjenner igjen karakteren eller personlighetstrekket til den som har skapt verket (Rognstad, 2012). Vil det dermed også si at for å få vern i en rettslig sammenheng er det vesentlig at man kjenner til kunstnerens eller kunstnernes uttrykk? Gjennomgangene av dommene kan gi dette inntrykket.

Noen av endringene som tilføres kan også tilskrives at *Il Tempo Gigante* skal passe inn i Caprino Filmcenters verden og i en helhet som skapes i filmen sammen med en rekke andre gjenstander som for eksempel verkstedet (fig. 23). At kunstnere kan arbeide i to-spenn der den ene har en kunstnerisk regi og den andre den kunstneriske utførelsen, slik som er tilfellet med Ivo Caprino og Bjarne Sandemose, synes det heller ikke å være høyde for i åndsverksloven eller noen av dommene som baseres på den og er undersøkt til dette artikkelen.



Figur 23. Reodors verksted og motoren til *Il Tempo Gigante* fra filmen *Flåklypa Grand Prix*. (Foto: *Flåklypa Grand Prix*, Caprino Filmcenter, 1975).

Til tross for at endringene er såpass store at de ville blitt kategorisert i to ulike bilkategorier dersom de ble bygd i fullskala, så oppleves tegningen og filmbilen som «like». Faktisk oppleves de så like at Høyesterett har gitt Aukrust rettighetene til hva som er skapt i transformasjon til

filmbilen, til tross for at det er Sandemose under Caprinos regi som har vært den utøvende kunstneren. Hvordan kan dette skje?

Noe av svaret kan ligge i det som er beskrevet over med arketypen. Aukrusts *Reodor V-20* bryter i så stor grad med hva som er arketypen, slik som vi er vant med å se en bil, at dette overskygger om bilene i realiteten er like eller ikke. Idéen om å bygge en bil av alskens «skrot» med slanger og annet man kan finne i en garasje (eller i Sandemoses kjeller) overskygger at bilen i seg selv endrer form. Dersom man var vant til å se biler slik som Aukrust tegnet *Reodor V-20* ville man da lettere se hvor forskjellige disse bilene er? Blir de like fordi de skiller seg fra arketypen på bil? En annen grunn kan være at man har tatt ut vesentlige deler av historiefortellingen i rettsaken så den naturlige evolusjonen, og hvordan designuttrykket gradvis har blitt vannet ut, ikke har kommet med.

Høyesterett (2017) går ikke inn på den forutviklingen som har skjedd og går direkte fra illustrasjon til filmbil og videre til berg- og dalbane (illustrert i tabell 1). I virkeligheten er det vi har beskrevet ovenfor en langt mer kronglete vei utviklingen har gått, men som er vesentlig for å forstå hvor mye Hunderfossens berg- og dalbane bygger på filmbilen. I henhold til markedsføringsloven § 25 er det en variasjonsplikt. Hvorvidt variasjonen er tilstrekkelig/akseptabel er en typisk problemstilling som vil være oppe til diskusjon i en rettsak. I eksempelet med *Il Tempo Gigante* og rettsakene rundt rettighetene er det vesentlig å vurdere utviklingslinjen fra den første illustrasjonen til Aukrust, via bilen til Caprino/Sandemose til berg- og dalbanen.

Hvis filmbilen *Il Tempo Gigante* ikke hadde eksistert, ville berg- og dalbanen blitt utviklet? Svaret på det siste er nok nei. En grunn til dette er nok den tredimensjonale fremstillingen som har blitt gjort. Kanskje enda mer vesentlig enn selve formen på bilen er at berg- og dalbanen gjensker en av de mest berømte filmsekvensene i norsk filmhistorie, hvor mediet er bilen *Il Tempo Gigante*. Navnet på attraksjonen mer enn antyder det samme. Når man vurderer helterollen til *Il Tempo Gigante* i *Flåklypa Grand Prix*, kan det fremstå som utenkelig at den opprinnelig skulle ha en ubetydelig rolle som antihelt i en sketsj til fjernsynsserien *Flåklypa TV og Radio*. Da innspillingen av fjernsynsserien ble skrinlagt kunne den gått i glemmeboken og gjenkjennelsesverdien hadde dermed vært ubetydelig.

Filmbilen skulle imidlertid få en helt ny rolle i filmen *Flåklypa Grand Prix*. I denne ble den transformert til en uslåelig racerbil. Bilen var ikke bare en av hovedpersonene i filmen, den var også en helt essensiell fysisk rekvisitt. I filmens store finale, selve billøpet, er det sekvenser hvor man som seer av filmen føler at man sitter i bilen, hvor svinger og bakker kjennes nesten fysisk. Det at publikum blir tatt med på hele reisen og selv kan sitte og føle på hvordan det er å sitte i racerbilen er vesentlig for hvordan vi opplever *Il Tempo Gigante*.

I en slik fremstilling blir filmbilen interessant, ikke bare fordi den har en kunstnerisk verdi i seg selv, men fordi den også representerer en historie om en «underdog» som vinner racerløpet. Bilen har fått en symbolsk verdi som er langt utover den fysiske representasjonen. Hos Hunderfossen Familiepark har de bevisst forsøkt å bryte likheten berg- og dalbanen har til filmen ved å presentere *Il Tempo Extra Gigante* som kun basert på Aukrusts produksjon. I parken er det utelukkende presentasjon fra Aukrusts verden rundt attraksjonen. Likevel er berg- og dalbanen presentert i en sammenheng med andre verk fra Ivo Caprino og de har gitt denne navnet *Il Tempo Extra Gigante*. Hadde de gjenskapt *Reodor V-20* fremfor *Il Tempo Gigante* hadde det uten tvil vært fullt ut Aukrusts verk.

### Den fjerde linsen; eierskap

Når et produkt eller tjeneste utvikles, er det som oftest klare juridiske retningslinjer som styrer hvordan utviklingen foregår, rettigheter, mulige patenter og til slutt salg. På dette området har mye endret seg, teknologi har gjort både produkter og tjenester lettere tilgjengelig, men også ført til juridiske utfordringer. På mange måter kan vi også snakke om sameierskap; musikk og filmer streames via baser (Spotify, Netflix etc.), selv fysiske produkter kan sameies. Toyotas elektriske bil har et batteri som kjøperen av bilen ikke eier, men leier av Toyota og kan byttes

ut svært enkelt. 3D-printing har bare begynt å skrape i overflaten av mulighetsrommet. Nye begrep som «servifisering» omfatter produkter som en del av en tjeneste. Det norske selskapet «Fjong» leier ut klær slik at man ikke behøver å eie mer enn noen få plagg, resten kan leies. Bruks-/levetiden øker samtidig som variasjonsmuligheten også øker, en vinn-vinn situasjon for både forbrukere og miljø.

Problemstillinger rundt eierskap har alltid eksistert, de følger livssyklusen til varer og tjenester som en skygge, i enkelte tilfeller kan de være ødeleggende. Partnerskap og fruktbare samarbeid har endt i rettsaker og økonomisk uføre. Produkter kopieres fortsatt i stor skala, og å forfølge dette rettslig er enormt ressurskrevende. Det er også utfordringer i selve prosessen. Som nevnt tidligere er det mange som ikke har fått den anerkjennelsen de burde ha fått, gjennom for eksempel et felles kunstnerisk utviklingsarbeid.

Det kan gå tiår før rett person hedres, men det er heldigvis slik at det fortsatt er mulig å oppnå en anerkjennelse i lang tid etterpå. Innledningsvis nevnte vi Donald Duck og «the great artist». Carl Barks, som skrev og tegnet noen av de beste historiene i Walt Disney-tegneserien Donald Duck & Co, har i dag fått den anerkjennelsen han fortjener, både for utviklingen av arketyper som er blitt referansepunkter i vårt daglig liv; Onkel Skrue, B-gjengen, Petter Smart osv., men også for å transformere tegnefilm-ideen til lange, spennende tegneserier. Nye artister som fortsetter å utvikle universet Carl Barks skapte (Holen, 2012), er klare på hvem de har å takke. Carl Barks stod også for en ny transformasjon da han pensjonerte seg; han laget oljemalerier med de kjente figurene han hadde utviklet. Disney lot ham lenge stilltiende både lage og selge disse maleriene, men da en tredjepart uten tilknytning til hverken Barks eller Disney begynte å selge kopier av disse, ble det stoppet av Disney. Etter dette inngikk Disney og Barks en avtale om å dele på royalties (Canemaker, 1999). Hvem eier så rettighetene når ide og prosess er samskapt? Kan en av partene hindre de(n) andre i å utvikle et produkt videre?

Hvordan er så eierskapet til de forskjellige kreative lagene hvis vi ser på *Il Tempo Gigante*-saken? Eierskapet til det første laget, tegningen av *Reodor V-20*, er åpenbart ene og alene Aukrust sitt. I det neste laget er det litt mer komplisert hvem som har eierskapet. Under prosessen utviklet selve bilen seg, som nevnt, til noe mye mer enn en todimensjonal tegning. Den fikk volum og substans ved å transformeres til et tredimensjonalt fysisk verk. Gjennom filmen ble den virkelig og fikk en sentral symbolsk rolle. Arketypen fremstilt i Aukrust-tegningen er fortsatt tydelig tilstede, men den er utviklet ufattelig mye videre. Bilen har også fått en helt annen rolle enn den var tiltenkt opprinnelig (budbil), med alt det medfører av større og mindre detaljer, og ikke minst nye designelementer som reagensrør, doble speedometer osv. *Il Tempo Gigante* ble en særdeles vellykket transformasjon, med en selvstendig originalitet (verkshøyde).

I den siste transformasjonen, berg- og dalbanen, er det åpenbart slektskap til filmbilen *Il Tempo Gigante* og hvordan den ble fremstilt i filmen *Flåklypa Grand Prix*. På mange måter kan vi si at berg- og dalbanen har to «foreldre»: filmbilen *Il Tempo Gigante* og filmen *Flåklypa Grand Prix*. Det er kombinasjonen av disse to som skaper den tredje transformasjonen. Filmene transformeres til opplevelsen og bilen er katalysatoren som gjør at publikum gjenkjenner attraksjonen og forbinder den med filmen de kanskje har sett flere ganger. Ut fra dette ville det vært helt naturlig at også berg- og dalbanen var en co-produksjon med eierne av det som ligger som inspirasjon, tegningen *Reodor V-20*, filmen *Flåklypa Grand Prix*, og det fysiske artefaktet, filmbilen *Il Tempo Gigante*.

Det er tre aktører som er med på å skape *Il Tempo Gigante*; Aukrust, Sandemose og Caprino. Spørsmålet er derfor om man dermed kan gi eierskapet til én av partene, eller om det som skapes sammen også eies og forvaltes sammen? Høyesterettsdommen (2017) bygger direkte på dommen som først ble avgitt i tingretten (2015). I spørsmålet om eierrettighetene til åndsverket er det Aukrust som har fått den største delen av rettighetene basert på at han tegnet den opprinnelige tegningen *Reodor V-20*. Det sies i Høyesterettsdommen (2017 avsnitt 85) at «Sandemose ikke skal ha vern for ideer og håndverksmessige endringer, og heller ikke for verkselementer og kunstneriske uttrykk som kan tilbakeføres til Aukrust.» Sandemose får

kreditt for at *Il Tempo Gigante* «er strømlinjeformet og elegant, og at den fremstår som forfinet, med en høy grad av finish.» (Høyesterett, 2017, avsnitt 96 og 97). Ivo Caprinos påvirkning blir ikke nevnt. Alt som er tilført utover at den er «forfinet» og «finish» har altså Aukrust opphavsretten til.

Fra et designfaglig perspektiv er det interessant å diskutere begrepet «kunsthåndverksmessig finish» som blir brukt. Dette begrepet hentes fra en tidligere dom kalt Wegners syborddommen (Rt. 1962, s. 964). Denne dommen siteres hyppig i retts sakene som gjelder *Il Tempo Gigante*. For eksempel sier Tingrettsdommen (2015, s. 63): «Retten finner at saken har klare paralleller i Rt. 1962 s. 964 om Wegners sybord.» Saken om *Il Tempo Gigante* er en parallell til rettsaker i andre land hvor diskusjonen går mellom det kunstneriske og det tekniske som har fått andre utfall enn denne fikk i Norge (Teilmann-Lock, 2017).

I Wegners syborddommen fra 1962 gikk den danske arkitekten Hans Wegner sammen med møbelfabrikant Andreas Tuck i Odense for å saksøke Alfred Sands Møbelfabrikk i Flekkefjord for å lage en «nærgående kopi» av sybordet som Wegner hadde tegnet. Sybordet var et kombinert sofa- og sybord. Det har en rektangulær hovedform, med en sirkulær trådkurv. Fabrikken som ble saksøkt ble frifunnet, men én av dommerne i Høyesterett mente at det forelå en ulovlig etterligning. Det er interessant å lese noen av de vurderingene som ble gjort av de sakkyndige i den første saken, som gikk for Flekkefjord byrett i mars 1958, og som er gjengitt i Wegners syborddommen fra Høyesterett:

Arkitekt Bernt Heiberg, overlærer ved Statens håndverks- og kunstindustriskole avd. møbler og interiør, president i landsforbundet for Norsk Brukskunst, oppnevnt medlem av sakkyndig råd etter åndsverkslovens avdeling brukskunst, har forklart at han er av den bestemte oppfatning at Wegners modell er å anse som et åndsverk, som har krav på rettsbeskyttelse.

(Norges høyesteretts dom av 19. oktober 1962)

En designfaglig vurdering vil kunne komme til samme konklusjon som de sakkyndige som er sitert i dommen, og altså en annen enn det som høyesterettsdommeren i den nevnte sak kom med. Hans J. Wegner var en dansk møbeldesigner som var toneangivende innenfor skandinavisk design og kjent for høy grad av kunsthåndverk (Halén & Wickman, 2003). Formspråket hans bygger på modernistiske designprinsipper hvor den tenkte funksjonen til møbelet var sentralt for utformingen. Wegners tolkning ble sett på som «mykere» ved at han i større grad bruker tradisjonelle materialer enn i noen av de klassiske Bauhausartefaktene, som er dominert av stål og glass. Siden det ikke er bruk av dekor eller annet som synes «unødvendig» for bruksfunksjonen, blir formgivingen å få de ulike formene til å harmonere sammen. Utfordringen i en åndsverkssak er derfor at motparten lett kan argumentere med at siden møbelet skal ha en gitt funksjon, må det se likeens ut som det som allerede er designet. For en designer vil ikke dette være tilfellet. Det er en rekke andre formvarianter enn det som Wegner har benyttet som kunne løst den samme funksjonen som hans sybord gjør. For eksempel var funksjonen til kurven under bordet å romme trådnøster, og har da fått en sirkulær form som er lik trådkurver. Denne kunne også vært kubeformet. Sier man derimot at formen for å romme tråd *må* være sirkulær og at størrelsen på bordet i den gitte funksjonen *må* ha de samme proporsjonene som Wegners sybord, vil man da sitte igjen med et snevrere rom for å skape ulike varianter. Det som da er åndsverket er detaljering og kvaliteten som blir beskrevet som «kunsthåndverksmessige finish» slik det ble beskrevet i høyesterettsdommen (Norges høyesteretts dom av 19. oktober 1962). Det vil si at alle komponentene som utgjør formen og alt arbeidet med å finne ut hvordan disse komponentene skal harmonere sammen, ikke blir vurdert da disse er «funksjoner». I så fall så blir det lite igjen som kan sees på som «individuell skapende» innsats når det gjelder tredimensjonale designobjekter ut fra modernistiske designprinsipper. I denne rettslige tankegangen er det dermed lite vern for designere som har skapt slike modernistiske objekter.

I Tingrettens dom 15. oktober 2015, første avsnitt, side 63, henvises det til likheter med *Wegners sybord* (Rt 1962, s 964) og det konkluderes «... Det avgjørende er at det kunsthåndverksmessige uttrykket som karakteriserer Sandemoses filmbil, ikke gjenfinnes i Hunder-



fossens attraksjon.» Høyesteretts dommen 15 november 2017 avsnitt (114) og (115) følger denne linjen. Ser man på artefaktet *Wegners sybord* sammenlignet med artefaktet *Il Tempo Gigante* er det noen likheter som fremheves i høyesterettsdommen, men det er også en del forskjeller. Forskjellene er både ved disse to som artefakter, men også om man sammenligner Wegner som designer med de tre som står bak *Il Tempo Gigante*. Fra et designfaglig synspunkt er det ikke en automatikk å overføre fra en dom til en annen slik som Tingretten og senere Høyesterett har gjort gjennom refereringen til *Wegners sybord* i saken om *Il Tempo Gigante*.

I Wegnersaken er det i hovedsak snakk om to aktører som ikke har hatt et samarbeide, men hvor den ene hevder å ha blitt kopiert av den andre. I utviklingen av *Il Tempo Gigante* var det en type samarbeidsprosess, som deretter utviklet seg til en annen samarbeidsprosess der ingen av de opprinnelige aktørene er med. Wegners danske modernistiske formspråk skiller seg også fra det frodige formspråket til Aukrust og det nasjonalromantiske preget som finnes i Caprinos filmer ved utstrakt bruk av dekorelement som nagler. Formmessig er sybordet et relativt enkelt artefakt sammenlignet med filmbilen *Il Tempo Gigante*. Det er langt færre komponenter som skal harmonere sammen. Det at de ulike elementene på *Reodor V-20*, *Il Tempo Gigante* og *Il Tempo Extra Gigante* ikke i realiteten har noen faktiske funksjoner, bare tiltenkte, gjør også at disse ikke må se like ut. Det er altså et hav av ulike variasjonsmuligheter som *Il Tempo Extra Gigante* kunne ha valgt i stedet for å legge seg så tett opp til *Il Tempo Gigantes* form- og tiltenkte funksjoner.

Caprino Filmcenter vs. Hunderfossen og Aukruststiftelsen er så langt en avsluttet sak (fig. 15). Slik Høyesterettsdommen nå står, er det som er beskrevet som en kunsthåndverksmessig «finish» kreditert til Bjarne Sandemose og Caprino Filmcenter, mens arbeidet med å sette sammen alle de ulike elementene til et verk ikke blir vektlagt. Siden Hunderfossen Familieparks *Il Tempo Extra Gigante* ikke har denne kunsthåndverksmessige finishen, men har en såkalt «industriell finish» mener Høyesterett at Hunderfossen Familiepark ikke behøver å kreditere Caprino Filmcenter.

Fra et designfaglig perspektiv ser vi utformingen av *Flåklypa Grand Prix* og *Il Tempo Gigante* som en samskapingsprosess hvor tre kunstnere stod sentralt. Bidraget til «modellkonstruktør m.m.» Bjarne Sandemose og «manusforfatter og regissør m.m.» Ivo Caprino var langt mer enn bare finishen, da det er mye forarbeid som ligger i å velge, utforme og sette sammen alle de ulike elementene som utgjør filmbilen *Il Tempo Gigante*. Det utøvende arbeidet med å skape filmbilen *Il Tempo Gigante* ble gjort av Bjarne Sandemose, som da arbeidet under Ivo Caprinos kreative ledelse, og inspirert og delvis basert på Kjell Aukrusts illustrasjoner. Slik vi ser det var alle tre, både Kjell Aukrust, Bjarne Sandemose og Ivo Caprino, nødvendige bidragsytere for at *Il Tempo Gigante* ble det mesterverket det ble. Det er vanskelig å tenke seg at man kunne utelatt én av disse tre partene og likevel få det samme resultatet.

## Oppsummering

Utviklingen av produktporteføljen *Il Tempo Gigante* har pågått som en samskapingsprosess største delen av de drøye 40 årene bilen har eksistert. Transformasjonene har vært mange og vellykkede. Når nå den siste transformasjonen, berg- og dalbanen, har endt opp i rettssystemet, og saken synes å være avsluttet, kan det diskuteres om utfallet vil stå seg i fremtiden med økt bruk av samarbeid. Prosesser beskrevet i dette artikkelen prøver å belyse noen av utfordringene ved å videreutvikle suksesshistorier skapt sammen, men som vil kunne utfordres på konkrete eierskap på et eller annet tidspunkt.

Samskapingsprosesser er ikke sort-hvitt og de er sjelden lineære. En idé kan være et utgangspunkt, men den vil også utvikle seg underveis i prosessen. Der kan det være mange aktører med forskjellige motiver og agendaer som fører til at sluttresultatet blir som det er. Gjenkjennelsen i denne historien ble skapt både av den fysiske representasjonen, men også i alt arbeidet som har blitt lagt ned for å skape en opplevelse. Det er derfor eierskap blir utfordrende. En rettsak blir altfor sort-hvitt når målet er å avgjøre hvem som er vinner og/eller taper.

En lærdom i slike saker er viktigheten av dokumentasjon. Mytene i samfunnet om renessanse-mennesket støtter opp under idéen om én skaper og ikke et felleskap som står bak verket. Man vil derfor være ganske forsvarsløs dersom man ikke har tilstrekkelig med dokumentasjon om de faktiske forholdene verket ble til under, inkludert hvem som bidro med hva, og når. I begynnelsen av et samarbeid vil det være en god tone og alles ønske vil være å skape noe fantastisk sammen. Det bæres av en positivitet og vilje til samskaping. Underveis som det blir til vil noen bidra mer enn andre. Med idéer, men også med ressurser, kapital og ledelse. Dersom det blir en (økonomisk) suksess så vil alle ha interesse av det som blir skapt. Det man da sitter igjen med er i hvor stor grad man har dokumentert de faktiske forholdene underveis. Dersom én part har bidratt med den opprinnelige idéen, vil det være spesielt viktig for andre bidragsyttere å ha en god dokumentasjon på hva man har bidratt med. Dette er viktig å ta med i hele prosessen, både i begynnelsen når man setter i gang med samarbeidet, underveis når man utfører og før lansering hvor det kan bli en suksess.

En bitrere lærdom er hvordan noe som startet som et ønske om å utvikle noe sammen, for Aukrusts del å få levendegjort idéene sine og for Caprino Filmcenter å skape en filmopplevelse av de sjeldne, ender opp i en lang og kostbar rettssak fordi noen stiller spørsmål ved hvem som har rettighetene til å videreutvikle det som er skapt. En slik konflikt er ikke heldig for noen parter. Når noe har blitt en suksess, vil det være av interesse å videreutvikle det som er skapt, både å skape nye gode opplevelser og å kommersialisere denne. Det er her samskaping virkelig skaper en utfordring siden det er få retningslinjer for hvordan dette skal håndteres. Hvem skal ha rettighetene til å videreutvikle? Er det personen som hadde den opprinnelige idéen, eller er det institusjonen som videreutviklet ideen til en suksess? I tilfellet med Aukrust og Caprino, får en utenforstående tredjepart, Hunderfossen, mulighet til å lage sin egen versjon basert på samtykke fra den ene parten *uten* at den andre blir involvert. I utviklingen av for eksempel tegneseriene utgitt av Disney, ser vi at de har gått fra å bygge en identitet rundt Walt Disney som den eneste kreative kraften til å fremheve kunstnerne som har videreutviklet produktene. Ved siden av å gi kreditt til alle som faktisk bidrar til den kreative utviklingen har dette også vist seg som en fornuftig utvikling av merkevareidentiteten.<sup>8</sup>

Rettsvesenet har så langt få saker som omhandler immaterialrett, og særlig få saker som omhandler samskaping. Som tidligere nevnt sammenfaller denne rettsaken med utfordringene i lignende saker over tid og i andre land. (Teilmann-Lock, 2017). Analysene av sakene med Caprino Filmcenter og Hunderfossen, samt Wegnersaken som påvirket utfallet av dommen, viser at det er generelt lite forståelse for hva som kreves både i formgivingsprosesser og i samarbeidsprosesser i sær. Høyesteretts dom 15. november 2017 bygger på Wegnerdommen, men den går også flere steg videre i å gi arbeid med tredimensjonal formgivning mindre beskyttelse enn andre åndsverk. Dommen er derfor med på å frata de som har utført et tredimensjonalt verk rettigheter som opphavere («opphavsmenn» i åndsverksloven fra 1961), men reduserer innsatsen til en «kunsthåndverksmessig finish» som ikke gir annet enn en overfladisk anerkjennelse.

Design og produktutvikling er altfor viktig til å bli definert kun gjennom juss da jussen er et fagfelt drevet av andre prinsipper enn designfaget. Det synes som om eksisterende lovgiving og rettspraksis ikke tar tilstrekkelig hensyn til de komplekse utviklingsprosessene som vi har sett og i økende grad kommer til å se. Fra et designfaglig perspektiv vil det være viktig at de som er med i prosessen får den krediteringen de fortjener. Det er også vesentlig at arbeidet som gjøres anerkjennes ved at videre produksjon er i tråd med de føringer som er lagt ned i verket i første omgang. Vi har derfor med dette artikkelen ønsket å utvikle en plattform hvor samskaping og sameierskap kan diskuteres utfra et designfaglig perspektiv. De fire linsene introdusert i dette artikkelen dekker ikke alle eventualiteter som oppstår i slike prosesser, men de er en begynnelse på en høyst nødvendig diskusjon.

**Monika Hestad**

Sivilindustridesigner, PhD

Brand Valley/ Arkitektur- og designhøgskolen i Oslo, Institutt for design

Monika.Hestad@aho.no

**Steinar Killi**

Professor, MSc PhD

Arkitektur- og designhøgskolen i Oslo, Institutt for design

Steinar.Killi@aho.no

## Referanser

- Bjerkan, E. (2015). *Mariusgensereren – Fra plagg til varemerke. Garderobestudier*. Hentet fra <http://www.garderobestudier.no/?p=147>
- Canemaker, J. (1999). *Paper Dreams: The Arts and Artist from Disney Storyboards*. New York: Hyperion,
- Castellion, G., & Markham, S. K. Perspective: New Product Failure Rates: Influence of Argumentum ad Populum and Self-Interest. *The Journal of Product Innovation Management*, 30(5), 976–979. doi: 10.1111/j.1540-5885.2012.01009.x.
- Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity: Flow and the psychology of discovery and invention*. New York: Harper Perennial Modern Classics.
- Eidsivating lagmannsretts dom av 9. januar 2017 (LE-2016-1011; Saksnr: 16-001011ASD-ELAG): Kari og Kjell Aukrusts stiftelse - Aukruststiftelsen og Hunderfossen Familiepark AS mot Caprino Filmcenter AS. Hentet fra <https://lovdata.no/pro/LESIV/avgjorelse/le-2016-1011>
- Gjæver, A. (2001) *Jakten på onkel Walt, fire-nær-Disney opplevelser*. Oslo: Cappelen Forlag
- Halén W. & Wickman, K. (2003). *Scandinavian Design Beyond the Myth*. Stockholm: Arvinius Förlag/Form Forlag.
- Holen, Ø. (2012). *Donald-landet: Hvordan en and i matrosdress formet det moderne Norge*. Oslo: Vigmostad & Bjørke.
- Karlgård R. & Malone, M. S. (2015). *Team Genius: The New Science of High-Performing Organizations*. New York: Harper Collins Publishers.
- Kulturdepartementet. (2017). *Proposisjon til Stortinget: Lov om opphavsrett til åndsverk mv. (åndsverkloven) (Prop. 104 L (2016 – 2017))*. Oslo: Det kongelige kulturdepartement. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/prop.-104-l-20162017/id2547943/>.
- Kulturstatistikk (1988). Tabell 108 Ukepresse. Gjennomsnittlig nettosalg pr. nummer. 1984-1998, s. 127 i Norges offisielle statistikk: *Kulturstatistikk 1988*. Oslo/Kongsvinger: Statistisk sentralbyrå. Hentet fra [https://www.ssb.no/a/histstat/nos/nos\\_b871.pdf](https://www.ssb.no/a/histstat/nos/nos_b871.pdf).
- Loewy, R. (2000). *Industrial design*. London: Laurence King Publishing (1. utgivelse 1979).
- McKay, E. (2010). “Why “Everybody is a Designer” The UX Design Skills Ladder”. *UX DesignEdge Blog* March 15<sup>th</sup>, 2010. Hentet fra <http://www.uxdesignedge.com/2010/03/why-everybody-is-a-designer/>.
- Markedsføringsloven. (2009). *Lov 9. januar 2009 nr. 2 om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. (LOV-2009-01-09-2)*. Hentet fra <https://lovdata.no/lov/2009-01-09-2>.
- Michl, J. (2002). On seeing design as redesign. An exploration of a neglected problem in design education. *Scandinavian Journal of Design History*. 12, 7-23. Hentet fra <http://janmichl.com/eng.redesign.html>.
- Monö, R. (1997). *Design for product understanding*. (1<sup>st</sup> ed.) Stockholm: Liber AB.
- Norges høyesteretts dom av 19. oktober 1962 (Wegners sybords-dommen; Rt. 1962 s. 964; L.nr. 127/1962): Hans J. Wegner, 2. Andr. Tuck mot Alfred Sands Møbelfabrik. Hentet fra <https://lovdata.no/pro/HRSIV/avgjorelse/rt-1962-964-127a>.
- Norges høyesteretts dom av 15. november 2017 (HR-2017-2165-A; Saksnr: 2017/542): Kari og Kjell Aukrusts stiftelse - Aukruststiftelsen og Hunderfossen Familiepark AS mot Caprino Filmcenter AS. Hentet fra <https://lovdata.no/pro/HRSIV/avgjorelse/hr-2017-2165-a>.
- Nysveen, H., Thorbjørnsen, H. & Pedersen, P. E. (2012). Samskaping og innovasjon. *Magma*. 3, 26-34. <https://www.magma.no/samskaping-og-innovasjon>.
- Rognstad, O.-A. (2012). *Opphavsrett*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Schön, D. A. (1991). *The reflective practitioner: How professionals think in action*. Farnham: Ashgate (1. utgivelse 1983).
- Segelcke, N. (1994). *To rette og en vrang*. Oslo: Aschehoug. Hentet fra <https://www.nb.no/nbsok/nb/41eb889297e4c2dca21563daec9f541e?lang=no#55>.
- Sør-Gudbrandsdal tingretts dom av 16. oktober 2015 (TSGUD-2014-169454; Saksnr: 14-169454TVI-SGUD): Kari og Kjell Aukrusts stiftelse - Aukruststiftelsen og Hunderfossen Familiepark AS mot Caprino Filmcenter AS. Hentet fra <https://lovdata.no/pro/TRSIV/avgjorelse/tsgud-2014-169454>.
- Teilmann-Lock, S. (2017). Industrial property or artistic property? Design, intellectual, property law and the PH



lamp. *Journal of Design History*. 30(4), 408-419. <https://doi.org/10.1093/jdh/epw020>.

Wallace, W.E. (1995). *The Sistine Chapel*. In Vol. 2. *Michelangelo. Selected Scholarship in English*. Hentet fra [https://books.google.no/books?id=SzWgRmYy6yAC&printsec=frontcover&hl=no&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.no/books?id=SzWgRmYy6yAC&printsec=frontcover&hl=no&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false).

Åndsverksloven. (1961). *Lov 12. mai 1961 nr. 2 om opphavsrett til åndsverk m.v.* (LOV-1961-05-12-2). Hentet fra <https://lovdata.no/pro/RFA/lov/1961-05-12-2>.

Åndsverksloven. (2018). *Lov 15. juni 2018 nr. 40 om opphavsrett til åndsverk mv.* (LOV-2018-06-15-40). Hentet fra <https://lovdata.no/lov/2018-06-15-40>.

---

<sup>1</sup> Da Michelangelo ble pålagt å utsmykke taket i det sixtinske kapell protesterte han heftig, han var en skulptør, ikke en maler. For å løse oppgaven tilkalte han en tidligere medstudent, Francesco Granacci, som hjalp ham (Wallace, 1995).

<sup>2</sup> I denne artikkelen diskuteres kun de verk som er relevante for *Il Tempo Gigante*.

<sup>3</sup> Lov om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. (markedsføringsloven) LOV-2009-01-09-2. Tilgjengelig på <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2009-01-09-2>.

§ 25. God forretningsskikk

I næringsvirksomhet må det ikke foretas handling som strider mot god forretningsskikk næringsdrivende imellom.

§ 30. Etterligning av annens produkt

I næringsvirksomhet er det forbudt å anvende etterlignede kjennetegn, produkter, kataloger, reklamemidler eller andre frambringelser på slik måte og under slike omstendigheter at det må anses som en urimelig utnyttelse av en annens innsats eller resultater og fører med seg fare for forveksling.

<sup>4</sup> Saken slik den er beskrevet i dommene ble begrenset til å omhandle tegningen til Kjell Aukrust, filmbilen *Il Tempo Gigante* og Hunderfossens *Il Tempo Extra Gigante*.

<sup>5</sup> Det anslås at det i snitt trengs 3000 ideer bak hvert suksessfylt lansert produkt, og av lanserte produkter overlever ca. 40% (Castellion & Markham, 2013).

<sup>6</sup> Boken «En ferd til månen» fra 1865 beskriver hvordan en kanon skyter et prosjektil opp til månen.

<sup>7</sup> Andre eksempler er Jules Verne «En ferd til månen» og H. G. Wells «De første mennene i månen» i filmen «Reisen til månen» av George Méliès (1902).

<sup>8</sup> Eksempel er åpningen av Eisner Awards i 1988, Oscar-utdelingen for tegneserier. Når nye kreative kunstnere som Don Rosa videreutvikler tegneserieuniverset til Carl Barks er det først og fremst Carl Barks de hyller. For Don Rosas del legger han ofte inn en liten hyllest til Carl Barks i alle sine historier, en liten 4 bokstavers signatur D.U.C.K (Dedicated to Unca Carl from Keno) gjemt i den første tegningen.