

som i sin tur i vissa fall kunde leda till ekonomiskt avbräck. Det är mot den bakgrunden som den flygande holländaren avtecknar sig i sin spöklika gestalt.

Man skulle alltså kunna tänka sig att ursprunget till historien om den flygande holländaren skulle vara en berättelse om en holländsk skeppare, som driven av ekonomiskt vinstbegär far ut i förban- nelser, då vädrets makter tycks hindra honom från att fullfölja en seglats runt Kap på beräknad tid.

Men som den tyske forskaren Rolf Engert visat i en uppslagsrik essay med titeln "Die Sage vom Fliegenden Holländer" (1927) är detta ingalunda hela sanningen. Engert gör en noggrann analys av hela den flygande holländaren-kom- plexet och kan genom att jämföra en rad 1500- och 1600-talskällor med varandra konstatera att många av inslagen i sagan faktiskt härstammar från de samtida skildringar som existerar om Bartolomeo Diaz' och Vasco da Gamas första färder till och runt Godahoppsudden på 1480- respektive 1490-talen. De här bägge sjö- fararnas historiska insatser har sedan gjort ett så starkt intryck på det följande år- hundralets sjömän att dessa efter hand broderat ut berättelserna, försett dem med allt fler sällsamma inslag och slutligen förankrat dem i länder, där sjöfarten spelat en väsentlig roll. Så hamnar sagan till slut i Holland, där den får sin speci- ella utformning just under holländarnas handelsuppsving under 1600-talet.

Engerts resonemang är så övertygan- de att det inte finns några egentliga skäl att ifrågasätta hans slutsatser. Men man kan fortsätta att fundera över vad det var i sagan som gjorde att den kunde leva vidare och bli ett begrepp också i vår tid. Är det till syvende og sist bilden av den flygande holländarens övermod, hans dumdristighet att sätta sig upp mot Gud och att utmana elementen, hybrismoti- vet och syndastraffet som fascinerar oss mer än något annat?

Jan Broberg

Marknadsdomstolen förbjuder laserreklam

Sedan september 1987 har Konsu- mentverket försökt få "laserterapeuten" Anni Norling att vara återhållsam i sin marknadsföring. Ärendet nådde så småningom Marknadsdomstolen, som den 18 mars 1992 förbjöd ett antal for- muleringar som hon hade använt i sin reklam i tunnelbanan i Stockholm. De förbjudna formuleringarna var:

1. "Med laser behandlar vi... in- flammationer, bihålor, depressioner, håravfall, vårtor, leverfläckar, övervikt m.m."
2. "Redan i ganska unga år började lockarna falla. Att jag skulle få tillbaka håret efter fyrtio trodde jag väl aldrig skulle vara möjligt. Efter behandling med laserpenna har det växt ut igen."
3. "Min vårdeppighet började redan i grundskolan, det blev bara värre med åren. Efter kombinerad akupunktur och laserbehandling mår jag bra även i fe- bruari och mars."

I sitt domslut för domstolen ett vik- tigt principresonemang om den bevisning som krävs för medicinska påståenden i reklam:

"Som framhålls i motiven till mark- nadsföringslagen och i tidigare beslut av marknadsdomstolen... ställs speciellt höga krav på vederhäftighet i fråga om framställningar som innehåller medicinsk argumentering och som riktar sig till grupper som kan antas vara mindre kri- tiska än konsumenter i allmänhet. Ex- empel på sådana grupper är sjuka personer eller personer med övervikt. Det åligger den som marknadsför en vara eller tjänst att styrka att vad som därvid påstås är riktigt. *Det beviskrav som marknadsfö- ringslagen ställer på marknadsföraren be- träffande påståenden om medicinska ef- fekter är mycket långtgående. Lagen måste*

sålunda innebära att ett påstående av så- dan art normalt skall kunna styrkas med utredningsmaterial som enligt vetenskap- liga bedömningsgrunder är övertygande." (Vår kursivering.)

En stor del av domsprotokollet handlar om Norlings påstående att laser hjälper mot "värk". Till stöd för detta hade hon dels lämnat in intyg från per- soner som blivit bättre efter hennes be- handling, dels några vetenskapliga ar- tiklar. Om intygen konstaterade dom- stolen:

"Vad gäller de intygsgivande personer som uttalat sig i brevform finns det ingen anledning att ifrågasätta deras uppgifter att de efter laserbehandling känt sig be- friade från bl a värk. Med hänsyn till det långtgående beviskravet kan dock inte dessa intyg anses som bevis för att laser har effekt mot värk."

På grundval av de inlämnade publi- kationerna ansåg domstolen ändå att Norling hade "uppfyllt rimliga krav på vederhäftighetsbevisning" i fråga om lindring av värk. Domstolen framhöll därefter att det strider mot god affärssed att "i marknadsföring erbjuda behandling för sjukdom som kräver läkarvård. Detta gäller även om marknadsföraren kan styrka att behandlingen kan ha verkan." Norling tillhölls därför att inte uppge att behandlingen hjälper mot värk, "om inte samtidigt tydligt anges att man bör söka läkarvård för värk som inte bara är tillfäl- lig." Utslaget var enhälligt.

S O H