

Ny logo for Den norske legeforening

Fra nyttår vil medlemmene se Legeforeningen i ny drakt. – Jeg er veldig fornøyd med resultatet, og det tror jeg også medlemmene vil bli, sier Torunn Janbu, Legeforeningens president.

– Vi har beholdt Asklepios som et bærende og tradisjonelt medisinsk symbol, men har fått en mer moderne utforming av logoen, sier hun.

Legeforeningen nedsatte i 2006 et utvalg til å se på logo og foreningens visuelle uttrykk. Utvalget har bestått av Jørn Kipperund, Allmennlegeforeningen, Cecilie Risøe, Norsk Cardiologisk Selskap, Svein Aarseth, Oslo legeforening, Espen Møller-Hansen, Vestfold lægeforening og Per Meinich, Ynger legers forening med bistand fra avdeling for informasjon og helsepolitikk i sekretariatet.

Etter en innledende runde hvor man innhentet tilbud fra forskjellige designbyråer, falt valget på Melkeveien i Oslo. Dette byrået har bl.a. laget profilen som de regionale helseforetakene og helseforetakene bruker. – Vi har valgt et byrå som har lang erfaring med å tilpasse visuelle uttrykk for både nettsider, trykte og elektroniske medier, sier Torunn Janbu. – De hadde også nyttige tanker om hvordan en visuell profil for Legeforeningen best kunne implementeres slik at tillitsvalgte og brukere synes den er enkel å bruke.

Likt visuelt uttrykk for alle organisasjonsledd

– For sentralstyret var det ved valg av ny profilmal viktig at den tydelig skal vise at de forskjellige organisasjonsleddene i Legeforeningen er del av et fellesskap, sier presidenten. – Slik det er valgt synes sentralstyret at det er løst på en god måte. Nå vil alle organisasjonsledd ha samme utseende, enten de velger å bruke egen logo, eller Asklepios. Oppsettet er formet slik at både organisasjonsleddets navn og Den norske legeforening, fremtrer på brevkort, visitkort etc. Det ser ryddig og strukturert ut, og viser en klar avsender for dem som mottar brev eller e-poster, sier

hun. – Det er et godt tidspunkt å endre profilen nå. Vi har nylig endret lovene, de fagmedisinske foreningene er godt i gang, landsstyret 2007 endret æ til e i Den norske legeforening, og jeg opplever at foreningen står godt samlet, sier Torunn Janbu.

Enkel å bruke

– Det har vært viktig at den nye profilmalen skal være lett og enkel å bruke. Den legges derfor nedlastbar på nettet og tillitsvalgte kan klikke seg frem til malene for sin egen organisasjon. Når de velger disse, får de opp brevpapir og annet materiell med deres egen logo. Lokale tillitsvalgte vil også kunne skrive ut egne brevkort for tillitsvalgte. Dette har vært etterspurt, og det gir en tydeligere gjenkjennelighet, mener presidenten. Dersom noen av organisasjonsleddene trenger bistand, har sekretariatet en som kan bistå. Vi legger vekt på at tilbudet skal være så godt at alle organisasjonsleddene velger å bruke det, sier Janbu.

Spennende oppdrag

Birgitte Kolbeinsen og Magnus Rakeng i designbyrået Melkeveien, som har utarbeidet Legeforeningens nye designprofil, sier at det har vært et morsomt og spennende oppdrag.

– Legeforeningen er spesiell fordi den har svært mange medlemmer og høy grad av demokrati i avgjørelser. I tillegg består foreningen av våkne, interesserte personer som har kommet med nyttige innspill underveis i prosessen, sier Rakeng.

Legeforeningen er i tillegg spesiell fordi den har en lang historie og en stolt tradisjon å ivareta. – Vi var tidlig bevisste på at vi ikke ville gå bort fra det arbeidet som er gjort med logo og gjenkjennelighet gjennom mange år, uten først å forsøke å videreutvikle den eksisterende profilen. Avgjørelsen ble tatt på grunnlag av at vi



**DEN NORSKE
LEGEFORENING**

så et potensiale i den gamle tegningen, og av respekt for tradisjon og historie i Den norske legeforening. Prosessen har bestått av uttesting av ulike retninger, før valget til slutt falt på en justert variant av den opprinnelige tegningen.

– Vi har i det visuelle uttrykket valgt å vektlegge grunnverdier som faglig, tydelig og engasjert, samt stolthet. Selve utformingen ville vi gjøre klassisk og moderne. Det klassiske vil ivareta historie og tradisjon, mens et moderne uttrykk er viktig for å være tydelig i de sammenhenger man har behov for å profilere seg, sier Kolbeinsen.

De fremhever at logoen viderefører den innarbeidede figuren Asklepios, noe som gir en umiddelbar gevinst med hensyn til gjenkjennelse. Typografien og oppsettet av de ulike logoene er moderne med klassisk snitt. Rød farge på Asklepios styrker helheten og gir logoen varme og liv i kombinasjon med seriøsitet og tyngde.

En større, men lettere variant av figuren finnes som et enkelt vannmerke som gjennomføres i bakgrunnen og ved å utnytte åpne, hvite flater i profileringsøyemed.

– Sammen skaper elementene et samlende, elegant og sobert bilde av Den norske legeforening som avsender, sier Birgitte Kolbeinsen.

Ellen Juul Andersen

ellen.juul.andersen@legeforeningen.no
Avdeling for informasjon og helsepolitikk