

MARKNADSDOMSTOLEN  
AVSKRIFT  
DOM  
2000-05-25  
2000:11  
Dnr C 5/99

KÄRANDE  
Sveriges Privattandläkarförening, Box 5843,  
102 48 STOCKHOLM  
Ombud: advokaten T. C.-W., Advokatfirman Konsultby-  
rån för Marknadsrätt AB, Kungsgatan 48, 111 35  
STOCKHOLM

SVARANDE  
Stockholms läns landsting, Box 22550,  
104 22 STOCKHOLM  
Ombud: advokaten A. H., Advokatfirman B. & H. HB,  
Box 5384, 102 49 STOCKHOLM

SAKEN  
marknadsföring av tandvårdstjänster

---

#### DOMSLUT

Marknadsdomstolen förbjuder Stockholms läns landsting vid vite av tvåhundrausen (200 000) kr att vid marknadsföring av tandvårdstjänster, på det sätt som skett i de aktuella annonserna eller på väsentligen samma sätt ge intrycket att andra tandläkare än Folkvandvårdens utför onödiga åtgärder på patientens tänder.

Stockholms läns landsting skall ersätta Sveriges Privattandläkarförening för dess rättegångskostnader med etthundratjugosjutusentvåhundrafemtio (127 250) kr, varav 110 000 kr avser ombudsarvode. På beloppet 127 250 kr skall utgå ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker.

## DEN PÅTALADE REKLAMEN

Sveriges Privattandläkarförening (Privattandläkarna) har påtalat en formulering som förekommer i fyra tidningsannonser som Stockholms läns landsting (Landstinget) använt i sin marknadsföring av tandvårdstjänster, domsbilaga 1-4.

YRKANDEN, M.M.

Privattandläkarna har yrkat att Marknadsdomstolen enligt 4, 6 och 14 §§ marknadsföringslagen (1995:450) förbjuder Landstinget vid vite att vid marknadsföring av tandvårdstjänster påstå eller ge sken av att andra tandläkare än Folktandvårdens i Stockholm utför onödiga åtgärder på patientens tänder.

Landstinget har bestritt Privattandläkarnas talan.

Parterna har yrkat ersättning för sina rättegångskostnader.

Målet, som inletts vid Stockholms tingsrätt, har med stöd av övergångsbestämmelserna i lagen (1999:114) om ändring i marknadsföringslagen (1995:450) av tingsrätten överlämnats till Marknadsdomstolen för fortsatt handläggning.

## PARTERNAS TALAN

Parterna har anfört i huvudsak följande.

### Privattandläkarna

Privattandläkarna är en ideell förening och branschorganisation för Sveriges privatpraktiserande tandläkare. Föreningens uppgift är att verka för privattandläkarnas och den privata tandvårdens intressen. Föreningen organiserar, genom 28 lokala föreningar, ca 3 500 privatpraktiserande tandläkare i landet – däribland ca 1 100 i Stockholm. Inom landet förekommer två primära grupperingar av tandläkare, dels de offentligt anställda inom Folktandvården, dels de privatpraktiserande. Den i målet påtalade marknadsföringen syftar till att värva pati-

enter till Folktandvården i Stockholm. Landstinget är huvudman för Folktandvården i Stockholms län och därmed ansvarig för den påtalade marknadsföringen.

Den aktuella marknadsföringen har bedrivits under januari och februari månader 1999 genom ett flertal dagstidningsannonser, ljustavlor i staden samt genom skyltar i Stockholms tunnelbana. I samtliga enheter anges såsom avsändare "Folktandvården" samt Folktandvårdens i Stockholm speciella figurmärke (ett "F" mot blå bakgrund). I enheterna återges även Landstingets symbol. Tavlorna och skyltarna har omfattat, utöver avsändarangivelse, en kortfattad rubriktext. Tidningsannonserna innehåller även en argumenterande reklamtext. Det är denna text i annonserna som avses i detta mål. Reklamtexternas argument för att besöka Folktandvården varierar i de skilda annonserna. Ett grundläggande argument är emellertid återkommande, nämligen texten "Vi har inget egenintresse av att göra en massa onödiga åtgärder på dina tänder".

I samtliga annonser återkommer påståendet att man inom Folktandvården inte har något egenintresse att göra en massa onödiga åtgärder på patientens tänder. Häri ligger en uppenbar insinuation om att det skulle förhålla sig annorlunda hos andra tandläkare, dvs. att den som besöker en privatpraktiserande tandläkare riskerar att onödiga ingrepp utförs. Insinuationen förstärks genom angränsande text, t.ex. "Alldeles för många människor går till tandläkaren alldeles för ofta." (domsbilaga 1), "Det finns inget tråkigare än att gå till tandläkaren. Därför borde du gå till en som du inte behöver besöka lika ofta. - - Det är dina behov som avgör hur ofta du behöver träffa tandläkaren." (domsbilaga 2) och "Hos oss är det dina tänder som styr dina tandläkarbesök." (domsbilaga 3).

Det är uppenbart att marknadsföringen är ägnad att inge föreställningen att privata tandläkare kanske utför onödiga åtgärder. I vart fall väcker reklamen misstanken hos allmänheten att det kan förhålla sig på sådant sätt. Det är uppenbart att annonstextens "vi" – som inte har något egenintresse att utföra onödiga åtgärder – syftar på Folktandvården som kollektiv. Därmed insinueras att onödiga åtgärder utförs inom den privata vården. Detta misstänkliggörande är helt obefogat och ett oförskämt sätt att värva patienter till Stockholms Folktandvård på de privatpraktiserande tandläkarnas bekostnad. Därutöver utsätter smutskastningen de privata tandläkarna för ett personligt obehag i de dagliga kontakterna med patienter.

Den påtalade marknadsföringen utgör vilseledande om konkurrenters kvalifikationer och tjänster på sådant sätt som avses i 6 § marknadsföringslagen (1995:450) (MFL). Den påtalade formuleringen är misskrediterande såväl i sig som i förening med intilliggande text. Under alla omständigheter strider misskrediteringen mot god marknadsföringssed enligt 4 § MFL. Formuleringen ”Vi har inget egenintresse av att göra en massa onödiga åtgärder på dina tänder” har prövats av Marknadsetiska rådet (MER), som i ett uttalande nr 6/1999 fann att formuleringen var misskrediterande enligt artikel 7 och vilseledande enligt artikel 5 i Internationella handelskammarens Grundregler för Reklam.

### Landstinget

Sedan den 1 januari 1999 gäller nya regler inom tandvårdsområdet vilket betyder att det inom det området skapats en fri konkurrensmarknad. Det är felaktigt att påstå att marknaden består av två primära grupperingar av tandläkare dels de offentligt anställda inom Folktandvården, dels de privatpraktiserande. Ingenting i annonserna talar för en sådan uppdelning.

Marknaden utgörs av tandvårdstjänster, vilka förutom tjänster som endast får utföras av legitimerade tandläkare, även inkluderar hälsokontroll och förebyggande tandvård samt specialisttandvård och tekniska laboratoriearbeten. Av särskilt intresse i sammanhanget är att hälsokontroll och förebyggande tandvårdstjänster numera utförs främst av specialutbildade tandsköterskor och tandhygienister, inte av tandläkare. Produkterna utgörs således av tandvårdstjänster inom en marknad som är begränsad till Stockholms län. Inom denna marknad bedömer Folktandvården att man år 1998 hade 85 procent av barn och ungdom (0-19 år) och 23 procent av den vuxna befolkningen (äldre än 19 år) eller totalt 35 procent av regionens invånare, som återkommande patienter.

Folktandvården definieras i 5 § tandvårdslagen (1985:125) såsom den av landstingen själva bedrivna tandvårdsverksamheten. Landstingen är genom nämnda lag ansvariga för att en god tandvård tillhandahålls de bosatta inom regionen. Fr.o.m. årsskiftet 1998/1999 har etableringshindren borttagits och ersättningssystemet förändrats. Prissättningen av tandvårdstjänster är fri. Folktandvården är därmed likställd med alla andra aktörer på marknaden.

Detta har medfört att Folktandvården fått ett ökat behov att marknadsföra sina tjänster. Som ett led häri har Folktandvården arbetat efter en marknadsplan, innebärande i det första skedet (hösten 1998) att de anställda hos Folktandvården medvetandegjorts särskilt om Folktand-

vårdens mission, vision, verksamhetsidé och kännetecken. Samtidigt har ett omfattande kvalitetssäkringsarbete påbörjats. I det andra skedet, vilket inleddes vid årsskiftet 1998/99, har avsikten varit att inarbeta Folk tandvårdens verksamhetsidé och dess kännetecken och därmed stärka varumärket. Detta har skett genom omfattande kampanjer under januari och februari 1999 varav de nu aktuella annonserna är en del. Syftet med denna del av annonskampanjen har inte varit att värva nya kunder eller på något sätt antyda någonting om konkurrenterna.

Det har aldrig varit Folk tandvårdens avsikt att jämföra sig med privata eller andra alternativ eller att nedvärdera konkurrenterna på marknaden. Det finns inte heller någonting i annonserna som antyder detta. Generellt sett består annonserna dels av ett blickfång med klotterliknande text och Folk tandvårdens logo med texten ”Folk tandvården – munnens bästa vän”, dels en ”brödtext” som utvecklar ämnet i klottertexten. Budskapet i klotterdelen är avsiktligt provocerande i humoristisk ton. Syftet därmed är givetvis att fånga läsarens uppmärksamhet och få denne att också läsa brödtexten. I texten finns ingenting som antyder vare sig jämförelse med eller nedvärdering av konkurrenter. Tvärtom är texterna allmängiltiga för alla i tandvårdsbranschen, oavsett karaktär av privat eller offentlig verksamhetsform.

Ett led i inarbetningen av Folk tandvårdens varumärke är att göra marknaden medveten om att man hos Folk tandvården bl.a. arbetar i team, på kliniknivå bestående av tandläkare, tandsköterskor och tandhygienister. En patient får tillgång till den samlade kompetensen under ett och samma tak.

Den i dag vuxna befolkningen växte upp i en tid då tillgång till tandhygienister var liten, mycket beroende på att yrket var relativt nytt och de åtgärder som i dag utförs av tandhygienisten, då utfördes av tandläkaren själv, dvs. samma person som också utförde de reparativa åtgärderna, som av många upplevdes som mer eller mindre smärtsamma. Det senare har för många medfört olyckliga associationer till tandläkarbesök, vilket flera av de aktuella annonserna alluderar på.

På det odontologiska området har det skett en omfattande utveckling de senaste tio åren. Många av de arbeten som en tandläkare tidigare utförde själv, utförs nu av en specialiserad tandsköterska eller en tandhygienist, som även utvecklat och tillfört arbetsområdet nya kunskaper. Genom att de arbetar i team och genom att patienten träffar även andra än tandläkaren avdramatiseras ”tandläkarbesöket”. Folk tandvården har hos marknaden bl.a. velat inar-

beta att Folktandvården är ett komplett tandvårdsföretag och att det i Folktandvårdens team ingår kompetenta tandsköterskor och tandhygienister, som utför vad många kanske uppfattar som den ”roligare” delen av tandläkarbesöket. Därmed är inte sagt att inte motsvarande kapacitet skulle finnas att tillgå hos någon annan. Tyngdpunkten i ”brödtexten” ligger i Folktandvårdens kunskap och erfarenhet samt budskapet om den förebyggande tandvårdens betydelse.

Sammanhangen och budskapen i annonserna är i stort sett desamma. Texterna är t.o.m. självförklarande. Av en annons (domsbilaga 1) framgår att det är till tandläkaren man kanske går för ofta och att man i stället kan nöja sig med att gå till tandhygienisten. I en annons (domsbilaga 2) förklaras den viktiga roll som den förebyggande tandvården har, vilket bl.a. innebär att om tänderna är starka och friska, det kanske räcker med att man går till tandhygienisten en gång om året. I ytterligare en annons (domsbilaga 3) sägs samma sak men något omformulerad. Även i den sista annonsen (domsbilaga 4) gäller detsamma och kommenteras föreställningen att det är obehagligt att gå till tandläkaren med att tandvården nu för tiden har bl.a. bättre teknik samt att man hela tiden arbetar med att göra besöket så angenämt som möjligt för patienten. Varje annons skall emellertid läsas för sig och bedömas för sig.

Påståendena i annonserna gäller generellt och bör ha tillämpning även beträffande t.ex. Privattandläkarföreningens medlemmar.

MER har bedömt den annons som redovisas i domsbilaga 1. Som framgår av MER:s beslut bygger detta på att MER uppfattat annonsen i fråga som innefattande ett påstående om att ”privattandvården i allmänhet, p g a egenintresset att tjäna pengar utför en mängd medicinskt och hälsomässigt omotiverade och därmed onödiga tandvårdsbehandlingar”. Då Folktandvården inte har verifierat denna slutsats förelåg enligt MER ett vilseledande och misskrediterande påstående som bröt mot MFL. Folktandvården delar inte MER:s åsikt att annonsen skall tolkas på anförd sätt. Anledningen till att Folktandvården inte förde någon bevisning i MER var att anmälan till MER ägde rum efter det att nu aktuell process inletts vid Stockholms tingsrätt. Folktandvården ansåg inte att frågan om vilken bevisning som borde företes vid domstolen skulle föregripas genom särskild bevisföring i MER. Handläggningen hos MER är skriftlig och starkt förenklad jämfört med en rättegång. MER:s bedömning har därför knappast något principiellt värde för Marknadsdomstolens bedömning.

MER och Privattandläkarna synes mena att uttrycket ”onödiga åtgärder” i annonserna är felbehandlingar som utförs av tandläkare och som i princip kan leda till disciplinära åtgärder. Det finns dock inget stöd för denna slutsats i annonserna. Såsom framgår av dessa används i stället ordet ”åtgärder” i en betydligt vidare mening och innefattar även t.ex. undersökning av patientens tandstatus. Att undersöka tandstatus på patienter med starka och friska tänder oftare än nödvändigt är också ”onödiga åtgärder”, liksom att reparera en tand med endast lätt kariesangrepp, när man kan avstå. Vidare framstår en i och för sig korrekt och adekvat reparativ åtgärd också som ”onödig” om kariesangreppet hade upptäckts och kunnat behandlas tidigare. Detta behöver inte vara tandläkarens fel utan kan lika gärna vara patientens. Ett annat exempel på ”onödiga åtgärder” är när man inte låter den individuella tandstatusen avgöra behovet av hur ofta man behöver gå till ”tandläkaren”. Utredningen visar att patienter med friska och starka tänder inte behöver undersöka sina tänder årligen, utan det räcker med intervall om 18-24 månader. Att undersöka tandstatus oftare framstår därmed som en ”onödig” åtgärd. Det behöver i och för sig inte vara tandläkarens fel om patienter beställer tid för undersökning oftare än den anförda intervallen.

Dessa exempel på ”onödiga åtgärder” faller i allt väsentligt utanför Socialstyrelsens jurisdiktionsområde och leder knappast till någon disciplinåtgärd. Det framgår av annonserna om de läses i sitt sammanhang att det är denna allmänna betydelse av formuleringen ”onödiga åtgärder” som avses och inte den av MER använda inskränkta betydelsen, åsyftande felbehandlingar. Det är alltså fel att inskränka tolkningen av ”onödiga åtgärder” till att avse rena ”felbehandlingar”.

Det står inte i den påtalade formuleringen att en massa onödiga åtgärder vidtas hos andra. Det står att ”vi”, dvs. Folktandvården, inte har något egenintresse av, dvs. hos Folktandvården finns det inte något incitament till, att utföra onödiga åtgärder. Det kan det givetvis finnas hos andra, t.ex. vinstdrivande företag.

Enligt Folktandvårdens verksamhetsplan för år 1999 gäller som inriktningsmål avseende kundrelationer att ”hälften av våra presumtiva kunder ska känna till att Folktandvården är ett tandvårdsföretag – med en särskild roll i samhället – som drivs utan vinstmaximeringsprinciper utifrån vissa grundvärderingar”. Att Folktandvården drivs utan vinstmaximeringsprinciper måste Folktandvården självklart ha rätt att få informera marknaden om. Det finns inget i de aktuella annonspåståendena som diskriminerar någon utpekad konkurrent, inte ens konkurrenter i allmänhet. Det finns i själva verket inget påstående alls om andra än Folktand-

vården. I den mån någon annons skulle uppfattas som innebärande en jämförelse med andra, är den i vart fall inte vilseledande.

Folktandvården kommer i händelse av en fällande dom självfallet att följa denna och inte annonsera på det aktuella sättet igen. Mot denna bakgrund finns det inte något skäl att förena ett eventuellt förbud med vite och i allt fall inte någon som helst anledning att sätta ut ett särskilt högt vite.

### Privattandläkarna

Det vidhålls att den principiella indelningen Folktandvården och den privata tandvården är relevant i förevarande fall. Annonserna skall bedömas var för sig. De påtalade insinuationerna förekommer emellertid och upprepas i var och en av de fyra annonserna. Det är korrekt att Folktandvården tillämpar självkostnadsprincipen medan den privata vårdens syfte är att ge vinst. Självklart finns ingen grund för insinuationer om en koppling mellan vinstgivande verksamhet och onödiga åtgärder. Varken MER eller Privattandläkarna har inskränkt begreppet onödiga åtgärder till felbehandlingar eller över huvud taget definierat onödiga åtgärder eftersom en sådan definition är irrelevant i målet. Det är också helt utan betydelse om de åsyftade åtgärderna utförs av tandläkare eller av andra personalkategorier.

Vad Landstinget anfört om att Folktandvården saknar incitament att utföra onödiga åtgärder men att sådant kan finnas på annat håll och att skillnaden beror på att Folktandvården inte drivs enligt "vinstmaximeringsprinciper" kastar nytt ljus över reklamens insinuationer. Detta i förening med målsättningen att föra ut detta synsätt som skrivits in i Folktandvårdens verksamhetsplan 1999 medför att risken för att insinuationerna om onödiga åtgärder inom den privata vården upprepas måste uppfattas som särskilt stor. För att motverka en sålunda med fog befarad upprepning bör det yrkade förbudet förenas med ett särskilt kraftigt verkande vite.

### ÅBEROPAD BEVISNING

Privattandläkarna har som skriftlig bevisning åberopat  
1 de fyra påtalade annonserna och  
2 uttalanden av MER nr 6/1999 och nr 8/2000.



Landstinget har som skriftlig bevisning åberopat

1 de påtalade annonserna,

2 utdrag ur Stockholms läns landstings tandvårdsplan 1998-2000,

3 utdrag ur Folk tandvårdens verksamhetsplan för år 1999,

4 kundkontakter 1999, utdrag ur årsrapporten till Folk tandvårdens ledning,

5 Riksförsäkringsverkets utredning Privattandvårdens tandvårdstaxor första halvåret 1999 och

6 sammanställning över tandvårdskonsumtion och tandvårdsbeteende i Göteborgs och Bohus län 1990-1992.

På Privattandläkarnas begäran har hörts tandläkarna J.-H. E. och G. L.

E., som är ordförande i Privattandläkarföreningens i Stockholm lokala Förtroendenämnd, har hörts bl.a. angående överbehandling och felbehandling inom den privata tandvården. Han har bl.a. förklarat att det mycket sällan förekommer anmälningar till nämnden avseende överbehandling av patienter och att det sedan år 1981 i nämnden endast har förekommit två anmälda fall som gällt överbehandling.

L., som är föredragande i tandvårdsnämnden inom Hälso- och Sjukvårdens Ansvarsnämnd (HSAN), har hörts om sina erfarenheter av i HSAN förekommande ärenden och de slutsatser som kan dras kring förekomsten av överbehandling och felbehandling inom den privata tandvården. Hon har uppgett bl.a. att ärenden om överbehandling nästan aldrig förekommer i nämnden samt att det saknas statistik i nämnden som anger om anmälningarna gäller privata tandläkare eller offentliganställda tandläkare.

På begäran av Landstinget har hörts planeringsledaren O. S. och fil.dr C. O..

S., som är utbildad tandläkare och numera planeringsledare vid Hälso- och sjukvårdskansliet i Göteborg, har bl.a. redogjort för undersökningar som visar att det i Bohuslän generellt är dyrare att gå till privattandläkare. Han har uttalat att fler tandvårdsåtgärder vidtas på den privata sidan än inom Folk tandvården men att den omständigheten att det i en given situation kan finnas olika alternativ som är olika dyrbara inte betyder att någon åtgärd är onödig.

O. har närmare redovisat de undersökningar som gjorts i hennes doktorsavhandling Essays in the economics of dental insurance and dental health om utbudsstyrd efterfrågan samt re-

dogjort för sin slutsats att ett ökat utbud av tandvårdstjänster, dvs. fler tandläkare, medför en ökad tandvårdskonsumtion/efterfrågan på tandvård oavsett tandstatus.

## DOMSKÅL

Enligt marknadsföringslagen (1995:450) (MFL) skall marknadsföring stämma överens med god marknadsföringssed och även i övrigt vara tillbörlig mot konsumenter och näringsidkare. En framställning som är vilseledande och i vilken en annan näringsidkares verksamhet misskrediteras är således otillbörlig.

Den påtalade formuleringen ”Vi har inget egenintresse av att göra en massa onödiga åtgärder på dina tänder” förekommer i fyra olika annonser i vilka Landstinget marknadsfört Folktandvårdens tjänster. Formuleringen måste uppfattas så, att det finns andra som har ett sådant egenintresse och, eftersom privatpraktiserande tandläkare utgör det enda alternativet till Folktandvården, det är dessa som avses. Sålunda framstår formuleringen som en jämförelse mellan behandlingen av patienter hos privatpraktiserande tandläkare och hos Folktandvården. Jämförelsen ger intrycket att de privatpraktiserande tandläkarna i motsats till Landstingets både har ett intresse av att utföra och utför onödiga tandvårdsåtgärder. Den av Landstinget förebragta utredningen i målet ger inte vid handen att så skulle vara fallet. Att Folktandvården inte drivs i vinstintresse kan inte berättiga formuleringen i annonserna. Det använda, obestämda men generaliserande uttrycket ”en massa onödiga åtgärder” är allmänt mistänkliggörande och har, särskilt när det läses i samband med annonsernas övriga text, en starkt nedsättande innebörd. Den påtalade formuleringen är således misskrediterande för de privatpraktiserande tandläkarna och på denna grund otillbörlig. Formuleringen är även vilseledande på det sätt som avses i 6 § MFL. På grund av det anförda skall, som Privattandläkarna yrkat, förbud meddelas mot den påtalade marknadsföringen. Förbudet bör dock preciseras i förhållande till yrkandet. Enligt Marknadsdomstolens mening bör sålunda Landstinget förbjudas att vid marknadsföring av tandvårdstjänster, på det sätt som skett i de aktuella annonserna eller på väsentligen samma sätt ge intrycket att andra tandläkare än Folktandvårdens utför onödiga åtgärder på patientens tänder.

Förbudet skall enligt 19 § MFL förenas med vite, om det inte av särskilda skäl är obehövligt. Sådana skäl har inte gjorts gällande i målet. Inte heller föreligger anledning att förena förbudet med särskilt högt vite.

Vid denna utgång är Privattandläkarna berättigade att erhålla ersättning för sina rättegångskostnader. Privattandläkarna har yrkat ersättning med 25 000 kr för föreningens egna arbete, 2 250 kr för ersättning till vittne och 110 000 kr för ombudsarvode, tillhopa 137 250 kr. Landstinget har vitsordat den begärda ersättningen vad avser ombudsarvode och till vittne såsom i och för sig skälig och har överlämnat till Marknadsdomstolen att bedöma skäligheten av yrkat belopp för Privattandläkarnas egna arbete. Privattandläkarna har i denna del uppgett att begärd ersättning avser bl.a. inläsning av den avhandling och de uppsatser som getts in i målet. Marknadsdomstolen finner att, i avsaknad av närmare motivering av ersättningsbeloppets storlek, Privattandläkarna får anses vara skäligen tillgodosedd med ett belopp om 15 000 kr för föreningens egna arbete. I övrigt är yrkad ersättning skälig.

På Marknadsdomstolens vägnar

Staffan Laurén

Ledamöter: Staffan Laurén, Lars Jonson, Per Erik Lindeberg, Catharina Andréen, Carin Holmquist, Lars-Gunnar Mattsson och Marianne Reuterskiöld. Enhälligt

Sekreterare: Paul Katai

Rätt avskrivet intygar

Monica Stenderup