

	AVSKRIFT	
MARKNADSDOMSTOLEN	DOM	2000:31
	2000-12-21	Dnr C 6/99
KÄRANDE	AB Färgintressenter, 556036-1742, Box 6620, 113 84 STOCKHOLM Ombud: advokaten S. B., B. & M.K. Advokatbyrå KB, Box 5719, 114 87 STOCKHOLM	
SVARANDE	Norrön Färg Göteborg AB, 556519-1755, Östra Lindomevägen, 437 34 LINDOME Ombud: advokaten O. J., Advokatfirman V. KB, Box 11025, 404 21 GÖTEBORG	
SAKEN	marknadsföring av färgprodukter	

DOMSLUT

I Marknadsdomstolen förbjuder Norrön Färg Göteborg AB vid vite av tvåhundra tusen (200 000) kr att vid marknadsföring av bolagets produkter, under namnet Norrön eller annat namn,

1 använda formuleringarna

a ”Testat på: Teknologisk Institut – Dokumenterad kvalitet till halva priset”,

b ”Testprogrammet från Teknologisk Institut i Norge dokumenterar att vår kvalitet ligger på en mycket hög nivå”,

c ”Testresultaten visar att det är fullt möjligt att leverera riktig kvalitet till priser som ligger långt under priserna hos svenska marknadsledande producenter”,

d ”Resultatet visar att trots att Norrön säljs för ca halva priset, så är Norrön minst lika bra om inte bättre än konkurrenten!!”,

- e ”Norrön Husfärg uppnår bättre testresultat på en rad egenskaper än en av de marknadsledande producenterna i Skandinavien”,
- f ”Bättre täckförmåga, högre glans, bättre glansstabilitet, lika hög torrhalt kombinerat med Sveriges garanterat lägsta pris borde göra valet enkelt för dig”,
- g ”Med Norrön Träolja Special... reducerar miljöpåverkan...”,
- i ”Norrön – dokumenterad kvalitet till Skandinaviens garanterat lägsta pris”,
- j ”Norrön ger dig mest för pengarna – Garanterat!”,
- k ”Vi ger dig denna garanti för att vi vet att Norröns kvalitet kan jämföras med långt dyrare produkter”,
- l ”Högsta kvalitet till lägsta pris!”,
- m ”Nu är det slut med att betala för mycket för färg i Sverige!”,
- n ”Låt dig inte luras” och
- o ”Färgmarknaden i Skandinavien använder marginaler andra branscher bara drömmer om. Det är inte vi som är för billiga, det är de andra som är för dyra”.

2 genom andra liknande formuleringar påstå eller antyda att

- a tester från Teknologisk Institut eller att andra testresultat visar att Norröns produkter kvalitetsmässigt skulle vara jämförbara med eller bättre än de produkter som marknadsförs på den svenska marknaden, om så inte är fallet,
- b tester från Teknologisk Institut eller andra testresultat utvisar att Norröns produkter försäljs till halva priset eller annat förmånligt pris i förhållande till konkurrenterna på den svenska marknaden,
- c Norröns priser är hälften av konkurrenternas på den svenska marknaden generellt, om så inte är fallet,
- d att Norrön på något sätt garanterar lägsta pris, om så inte är fallet och
- e konkurrenterna på den svenska marknaden använder oskälig prissättning, lurar konsumenter och misskrediterar Norrön och dess produkter.

II Marknadsdomstolen lämnar yrkandena under 1 h, 2 c andra delssatsen och 2 d första delen av meningens utan bifall.

III Norrön Färg Göteborg AB förpliktas att ersätta AB Färgintressenter för dess rättegångskostnader i målet med etthundrasextiosjutusenfyrahundra (167 400) kr, varav 137 400 kr utgör ombudsarvode. På beloppet skall utgå ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker.

YRKANDEN

AB Färgintressenter (Färgintressenter) har yrkat att Marknadsdomstolen enligt 4, 6 och 14 §§ marknadsföringslagen (1995:450) (MFL) förbjuder Norrön Färg Göteborg AB (Norrön) vid vite av 500 000 kr att i sin marknadsföring av bolagets produkter som utbjuds under namnet Norrön eller annat namn

1 använda formuleringarna

a ”Testat på: Teknologisk Institut – Dokumenterad kvalitet till halva priset”,

b ”Testprogrammet från Teknologisk Institut i Norge dokumenterar att vår kvalitet ligger på en mycket hög nivå”,

c ”Testresultaten visar att det är fullt möjligt att leverera riktig kvalitet till priser som ligger långt under priserna hos svenska marknadsledande producenter”,

d ”Resultatet visar att trots att Norrön säljs för ca halva priset, så är Norrön minst lika bra om inte bättre än konkurrenten!!”,

e ”Norrön Husfärg uppnår bättre testresultat på en rad egenskaper än en av de marknadsledande producenterna i Skandinavien”,

f ”Bättre täckförmåga, högre glans, bättre glansstabilitet, lika hög torrhalt kombinerat med Sveriges garanterat lägsta pris borde göra valet enkelt för dig”,

g ”Med Norrön Träolja Special sparar du arbete, reducerar miljöpåverkan samtidigt som du sparar pengar”,

h ”Prisgaranti”,

i ”Norrön – dokumenterad kvalitet till Skandinavians garanterat lägsta pris”,

j ”Norrön ger dig mest för pengarna – Garanterat!”

k ”Vi ger dig denna garanti för att vi vet att Norröns kvalitet kan jämföras med långt dyrare produkter”,

l ”Högsta kvalitet till lägsta pris!”

m ”Nu är det slut med att betala för mycket för färg i Sverige!”

n ”Låt dig inte luras” och

o ”Färgmarknaden i Skandinavien använder marginaler andra branscher bara drömmer om. Det är inte vi som är för billiga, det är de andra som är för dyra”,

2 genom andra liknande formuleringar påstå eller antyda att

a tester från Teknologisk Institut eller att andra testresultat skulle visa att Norröns produkter kvalitetsmässigt skulle vara jämförbara med eller bättre än de produkter som marknadsförs på den svenska marknaden när så inte är fallet,

b tester från Teknologisk Institut eller andra testresultat skulle utvisa att Norröns produkter försäljs till halva priset eller annat förmånligt pris i förhållande till konkurrenterna på den svenska marknaden,

c Norröns priser skulle vara hälften av konkurrenternas på den svenska marknaden dels generellt, dels vad avser kostnader för råvaror, emballage, löner, administration, marknadsföring, frakt, säljare samt förtjänst i butik när så inte är fallet,

d Norrön skulle tillämpa någon form av prisgaranti eller att Norrön på något annat sätt skulle garantera lägsta pris när så inte är fallet och

e konkurrenterna på den svenska marknaden använder oskälig prissättning, lurar konsumenter och misskrediterar Norrön och dess produkter.

Norrön har bestritt Färgintressenters yrkanden.

Parterna har yrkat ersättning för sina rättegångskostnader.

PARTERNAS TALAN

Parterna har anfört i huvudsak följande.

Färgintressenter

Färgintressenter är ett servicebolag till, och ägt av, Sveriges Färgfabrikanters Förening, Sveff, som är en sammanslutning av färgfabrikanter i Sverige. Under våren 1998 kom det till Färgintressenters och Sveffs kännedom att Norrön i Sverige producerar, distribuerar och marknadsför målarfärg, lacker och andra liknande produkter. Marknadsföringen, som har varit förhållandevis intensiv, har utformats på ett sätt som är otillbörligt mot såväl konsumenter som andra näringsidkare.

I Norröns marknadsföring förekommer i rubriker och annan iögonenfallande text påståenden om tester, utförda av ”Teknologisk Institut”, som anger att produkterna skulle ha ”dokumenterad kvalitet” och att ”Norrön husfärg uppnår bättre testresultat på en rad egenskaper än en av de marknadsledande producenterna i Skandinavien” m.m.. Vidare kopplas

uttalandena om testresultaten till påståenden om pris på ett sätt som förmedlar intrycket att testresultaten skulle visa att Norröns produkter har ”dokumenterad kvalitet till halva priset” eller på annat sätt utvisa att produkterna generellt försäljs till halva priset i förhållande till konkurrenterna på den svenska marknaden. Det förekommer t.ex. påståenden om ”högsta kvalitet till lägsta pris”, ”Norrön ger dig mest för pengarna – garanterat”, ”resultaten visar att, trots att Norrön säljs för ca halva priset, så är Norrön minst lika bra, om inte bättre än konkurrenten!!”. Dessutom förekommer detaljerade påståenden om Norröns respektive konkurrenternas kostnader vad gäller råvaror, emballage, löner, administration, marknadsföring, frakt, säljare samt förtjänst i butik. Påståendena om priserna och prisjämförelserna understryks också av ett flertal uttalanden om att Norrön skulle tillämpa någon form av prisgaranti. Uttalandena om testerna och priserna kopplas sedan till påståenden som onödigtvis misskrediterar konkurrenterna på den svenska marknaden. Norrön uttalar bl.a. ”Låt dig inte luras”, ”Nu är det slut med att betala för mycket för färg i Sverige!”, ”Färgmarknaden i Skandinavien använder marginaler andra branscher bara drömmer om. Det är inte vi som är för billiga, det är de andra som är för dyra”. Slutligen påstår sig Norrön ha varit utsatt för ”ryktesspridning” från konkurrenterna i Sverige och att dessa skulle ha uttalat att Norröns produkters ”kvalitet omöjligt kan vara bra” eller ”av sämre kvalitet”. Norrön anger vidare att denna ”felaktiga ryktesspridning bestämde vi oss för att sätta stopp för. Denna test är en direkt åtgärd för att sätta stopp för dessa oriktiga påståenden” m.m.

Norrön marknadsför sina produkter genom åberopanden av tekniska undersökningar, påståenden av jämförande natur samt med påståenden som misskrediterar konkurrenterna. Enligt 6 § MFL är det inte tillåtet att i marknadsföring använda påståenden som är vilseledande i fråga om egen eller någon annans verksamhet. Detta gäller särskilt framställningar, som avser en produkts kvalitet och egenskaper, ävensom produktens pris och grunderna för pris-sättningen. Särskilt höga krav på vederhäftighet gäller bl.a. vid jämförande reklam och åberopande av undersökningar utförda av myndigheter, institut m.fl. Vidare är det inte tillåtet enligt 4 § MFL att onödigtvis misskreditera konkurrenter.

Sveff har uppmanat Norrön att presentera den eventuella bevisning som föreligger till stöd för den aktuella marknadsföringen. Norrön har åberopat visst material bl.a. från Teknologisk Institut, som dock inte utgör något som helst stöd för de aktuella marknadsföringspåståendena.

De jämförelser, vad gäller kvalitet och pris, som Norrön gör i sin marknadsföring är generella, vilket enligt praxis medför att jämförelserna skall vara riktiga i förhållande till samtliga på marknaden förekommande konkurrerande företag och produkter. Något stöd för prisjämförelserna finns inte. Testerna från Teknologisk Institut avser enligt Norröns marknadsföring endast ”en av Skandinaviens marknadsledande färgproducenter”. Redan härav framgår att testerna inte utgör något stöd för Norröns generella jämförelser gentemot hela den svenska marknaden. Norrön anger självt på vissa ställen i sin egen marknadsföring att ”Norrön Husfärg, Oljetäcklasyr och Oljelasyr (vita) är testade på Teknologisk Institut mot en av Norges marknadsledare. Resultaten visar att trots att Norrön säljs för ca halva priset, så är Norrön minst lika bra om inte bättre än konkurrenten!!”. Av dokumentationen från Teknologisk Institut framgår att de aktuella produkterna blivit inköpta av institutet från en ”ordinaer fargehandel” och att produkten ”var valgt utav Norrön”. Något objektivt och sakligt framtaget material avseende den svenska marknaden saknas emellertid. Testerna framstår inte som helt felaktiga men är alltför begränsade. Totalt har av institutet och genom Forbrukerrådets försorg ca 10-15 produkter testats. På den svenska marknaden finns mer än 3 000 färgprodukter. Dokumentationen från Teknologisk Institut innehåller över huvud taget inte några undersökningar eller uttalanden om priser varför materialet inte ger något stöd för de aktuella prisjämförelserna som förekommer i marknadsföringen. I målet presenterade prisjämförelser förefaller vara producerade av Norrön självt.

Det är uppenbart att de av Teknologisk Institut utförda testerna inte utgör saklig grund för jämförande påståenden med produkterna på den svenska marknaden och framför allt inte för en jämförelse med de marknadsledande producenterna. Dessutom kan konstateras att Jotun A/S, mot vars produkter Norröns färg blivit testade, inte är Skandinaviens, än mindre Sveriges, ledande färgproducent. Av försäljningsstatistik framgår att Jotuns marknadsandel endast är 7,8 procent av den totala svenska marknaden, medan t.ex. Alcro-Beckers AB har 41,9 procent och Akzo Nobel Decorative Coatings AB (Nordsjö) har 25,3 procent.

Vidare gäller att studier av den typ som utförts av Teknologisk Institut inte säger särskilt mycket om en färgs kvalitetsegenskaper. Den aktuella studien bygger på korttidstester genomförda under 7-14 dagar i försöksrum. Sådana studier är inte särskilt relevanta vid bedömningen av färger som skall användas utomhus och utsättas för väder och vind under 5-10 år. Att bedöma sådana färgers kvalitet och egenskaper kräver en ”real lifetime study” som pågår under 4-5 år, vilket också är det sätt som de marknadsledande företagen på den svenska marknaden testat sina produkter på.

Ytterligare en brist med Teknologisk Institutts studie är att det inte framgår hur mycket färg som har använts eller hur många gånger testmaterialet målats. Vid en jämförelse av olika produkters kvalitet och pris är det av särskild vikt att mätning sker av hur mycket färg som går åt för att måla en yta. Om det beträffande Norröns färger krävs att ytan målas två gånger medan den färg som den jämförs med endast kräver en påstrykning, är Teknologisk Institutts studier helt missvisande. Vad gäller prisjämförelser skall sådana, för att vara relevanta, jämföra priset i förhållande till hur mycket färg som går åt för att uppnå ett fullgott resultat per kvadratmeter, dvs. pris per m², och inte priset i förhållande till hur många liter färg som finns i en burk. Färg som behöver appliceras två gånger blir inte bara dyrare utan medför också merarbete och ökad tidsåtgång.

Av tester som Forbrukerrådet utfört tillsammans med Teknologisk Instituttt framgår att Norröns produkter är sämre i kvalitetshänseende än Jotuns produkter och dessutom dyrare. Av testresultaten i Forbrukerrapporten nr 5/1999 framgår att samtliga i testen ingående fabrikat, förutom Norrön, endast kräver en grundmålning medan Norröns i samtliga fall krävt två. Vidare framgår vid en sammantagen bedömning att samtliga Jotuns produkter erhåller slutomdömet bra, medan Norröns produkter endast uppnår detta slutomdöme för två produkter och de övriga tre endast uppnår resultatet tillfredsställande. Härav framgår att Norröns produkter i kvalitetshänseende är sämre än Jotuns produkter.

I samma rapport har Forbrukerrådet gjort en kostnadsberäkning per m². Denna utvisar att Norröns produkter Acryl husmaling, Unik husmaling och Acryl dekkbeis har ett pris per m² om 17,31 kr, 20,08 kr respektive 20,37 kr. Detta kan jämföras med Jotuns produkter Drygolin oljedekkbais, Drygolin oljemaling och Tribitt oljedekkbais som har ett pris på omkring 15 kr per m². Härav följer att Norröns generella påståenden om att Norröns produkter skulle vara billigare är direkt felaktiga.

Norröns användning av begreppet prisgaranti är vilseledande, eftersom det på flera ställen i marknadsföringsmaterialet anges att ”vi förbehåller oss ang. ev. tryckfel och reserverar oss rätten till ev. prisändringar utan varsel”. Vidare föreskrivs att garantin gäller om konsumenten ”får köpa liknande dokumenterad kvalitet på annat ställe till ett lägre pris”. Det är således inte fråga om någon prisgaranti, eftersom priset när som helst kan ändras. Dessutom gäller den endast vid köp av produkt med ”liknande dokumenterad kvalitet”. Därmed avses alla färger som testats och som har liknande kvalitet som Norröns produkt. Dessutom kan en

korrekt prisjämförelse endast ske efter målning, dvs. när färgåtgången kan mätas, varför garantin inte kan tillämpas i praktiken. Vidare skall framställningen avseende en garanti vara entydig och ge klart besked om garantins omfattning. Detta är inte fallet i Norröns marknadsföring. Även det förhållandet att Norrön förbehåller sig rätten till prisändringar utan varsel medför att garantin blir innehållslös. Den aktuella prisgarantin ger inte konsumenten någon rättslig förmån, vilket är ett krav för att termen garanti skall få användas vid marknadsföring, och omfattar inte något verkligt åtagande gentemot köparen. Prisgarantin saknar sålunda reell innebörd. Norröns användning av begreppet prisgaranti är därför vilseledande och utgör ett otillåtet s.k. terminologimissbruk.

Norrön framför också påståenden i marknadsföringen om att bolagets produkter skulle vara fördelaktiga från miljösynpunkt. Inte heller i detta fall har Norrön kunnat förete någon som helst bevisning härför. Enligt rättspraxis råder en sträng standard vid bedömningen av miljöargument i marknadsföring. Dokumentationen från Teknologisk Institut ger inte heller något stöd för påståendet att med ”Norrön Träolja Special sparar du arbete, reducerar miljöpåverkan samtidigt som du sparar pengar”. Det kan konstateras att den allmänt accepterade miljömärkningen för färger, den s.k. EU-blomman, inte finns på Norröns produkter. De marknadsledande svenska tillverkarnas produkter uppfyller kraven för denna miljömärkning, medan ingen av Norröns produkter har rätt att använda miljömärkningen. Även härav följer att Norröns produkter i miljöhänseende är felaktiga och obestyrkta.

Norröns marknadsföringspåståenden angående kvalitet, priser, miljö m.m. har inte täckning i det åberopade materialet från Teknologisk Institut eller i övrigt åberopat material. Detta gäller särskilt inte mot bakgrund av de höga vederhäftighetskrav som gäller vid jämförande reklam och vid åberopande av tekniska studier vid marknadsföring.

Norröns reservationslösa uttalanden om ”Låt dig inte luras”, ”Färgmarknaden i Skandinavien använder marginaler andra branscher bara drömmer om” m.fl. utgör en onödig misskreditering av konkurrenterna på den svenska marknaden, bl.a. Sveffs medlemmar. Detsamma gäller de generella påståendena om att Norrön skulle ha varit utsatt för ”felaktig ryktesspridning” rörande produkternas kvalitet m.m. Ingen av Sveffs medlemmar har utsatt Norrön för någon ”felaktig ryktesspridning”. Däremot har Sveffs medlemmar av naturliga skäl reagerat på Norröns grovt vilseledande marknadsföring, vilket dock har skett efter det att Norrön framfört de aktuella påståendena.

Sammanfattningsvis får Norröns marknadsföring på en rad punkter anses stå i strid med MFL.

Norrön

De påtalade uppgifterna är såväl korrekta som vederhäftiga och strider inte mot MFL. De påtalade formuleringarna förekom i Norröns marknadsföring under åren 1997 och 1998. Numera har Norrön upphört med användningen av vissa av de påtalade formuleringarna.

I samband med att Norrön etablerade sig i Sverige år 1996 granskade bolaget konkurrenternas reklam och anpassade sin egen marknadsföring till de förhållanden som råder i färgbranschen i Sverige. Marknadsföringen i branschen är offensiv och de flesta tillverkare, inklusive Färgintressenters medlemmar, använder i sin marknadsföring ungefär samma uppgifter och formuleringar som de i målet aktuella. Detta förhållande ger i och för sig inte Norrön rätt att använda vilka uppgifter eller formuleringar som helst. Det visar dock att den praxis som råder inom färgbranschen innebär att man tar ut svängarna i marknadsföringen, vilket bör beaktas vid bedömningen av den påtalade marknadsföringen.

Norröns marknadsföring bygger på Norröns affärsidé att sälja kvalitetsprodukter till lägre priser än vad konkurrenterna gör. I syfte att tillse att marknadsföringen är korrekt och vederhäftig och för att dokumentera kvaliteten på sina produkter, har Norrön låtit testa nio av sina produkter på Teknologisk Institut i Norge. Institutet har lång erfarenhet av och stor kompetens när det gäller att testa färgprodukter. Eftersom det inte var möjligt att göra tester avseende samtliga konkurrenters produkter, beslöts i samråd med Teknologisk Institut att jämförelsen skulle avse motsvarande produkter från en av Skandinavians mest välrenommerade och marknadsledande producenter, vars produkter anses ha hög kvalitet. Därför valdes Jotun A/S. Det är ett norskt företag som säljer sina produkter i Sverige genom Jotun Sverige AB. Testerna omfattar nio av Jotuns produkter vilka säljs även i Sverige. Jotuns marknadsandel i Sverige är 14 procent. Akzo Nobel AB:s marknadsandel är 18 procent och Alcro-Beckers AB:s är 67 procent. Det vore orimligt att kräva att Norröns produkter skulle ha jämförts med samtliga på den svenska marknaden förekommande produkter. De produkter som testats och jämförts med Norröns är de marknadsledande produkterna i Norge inom de olika generiska typerna och användningsområdena och de saluförs även i Sverige.

Testerna genomfördes i enlighet med de metoder som måleribranschen i Norge utarbetat och syftet var att testa samtliga relevanta egenskaper hos de olika produkterna. Institutet har således inte endast jämfört de två tillverkarnas produkter med varandra utan också jämfört produkterna med tillämpning av andra relevanta testmetoder. Institutet har testat och jämfört Norröns produkter med Jotuns motsvarande produkter och därvid kommit fram till att Norröns produkter är likvärdiga och i vissa fall ligger på en högre kvalitetsnivå än Jotuns produkter medan resultaten i andra fall är till Jotuns fördel samt att såväl Norröns som Jotuns produkter är av hög kvalitet. Norrön kan därför på goda grunder hävda att dess produkter testats och visats vara lika bra som de produkter som en av de marknadsledande producenterna i Skandinavien, dvs. Jotun, säljer.

SP Sveriges Provnings- och Forskningsinstitut har i ett i målet avgett utlåtande angett att Jotun A/S är ett av Skandinaviens största färgföretag och att dess produkter håller samma kvalitet som de produkter som tillverkas av Alcro-Beckers AB, Nordsjö AB och Flügger Färg AB. Vidare anges i utlåtandet att samtliga de testmetoder som Teknologisk Institut tillämpat vid de angivna testerna är allmänt accepterade och vedertagna såväl i Sverige som utomlands för utvärdering av färgprodukter.

Vidare har Norröns produkter testats och jämförts med andra produkter av tidskriften Forbrukerrapporten som utges av Forbrukerrådet i Norge. I nr 5 och 6/1999 av tidskriften redovisas resultaten av testerna. Forbrukerrådet anlidade Teknologisk Institut för testerna. Av testerna framgår att Norröns produkter fått totalbetygen bra för två av produkterna och tillfredsställande avseende två produkter. För linoljeproducten har Norrön fått det bästa totalbetyget. I testerna har Norröns produkter bl.a. jämförts med det svenska företaget Nordsjö AB:s produkter av märket Tinova. Testerna bekräftar således att det endast är smärre skillnader mellan de testade produkterna och att de kvalitetsmässigt är jämförbara.

Den testmetod som Teknologisk Institut använder tar också hänsyn till såväl hantverksmässig värdering (bl.a. påföringsegenskaper) som täckförmåga. Detta framgår av artikeln i Forbrukerrapporten nr 5/1999. I artikeln anges att 20 procent av testresultatet baseras på hantverksmässig värdering och 7 procent på täckförmåga. Vid en jämförelse av priser bör man ta hänsyn till hur mycket färg som går åt för att uppnå ett fullgott resultat. Hur långt färgen räcker beror på färgens torrhalt och täckförmåga; färger med samma täckförmåga och torrhalt täcker lika stor yta. Det finns ingen standard att tillgå. Norröns produkter har emellertid genomgående en hög torrhalt vilket betyder att Norröns produkter räcker länge. Till skillnad

från de i Färgintressenter ingående färgtillverkarna anger Norrön torrhalten på förpackningen.

Som framgår av testen som redovisats i Forbrukerrapporten nr 5/1999 har pris per m² beräknats utifrån producenternas rekommendationer om förbrukning och antal strykningar. Teknologisk Institut har således inte testat hur mycket färg som behövs för att täcka en specifik yta. På förfrågan från Teknologisk Institut uppgav Norrön på grund av en missuppfattning att två strykningar grundfärg var att rekommendera medan andra tillverkare uppgav att en strykning räcker. Vad avser toppstrykningen har samtliga producenter rekommenderat två strykningar. Med hänsyn till att Norröns produkter har hög torrhalt är det sannolikt att Norröns färg har samma egenskaper med samma antal strykningar.

Enligt Teknologisk Institutts testrapport har Norrön Husmaling uppnått bättre testresultat beträffande en rad egenskaper än Jotuns produkt, nämligen avseende vidhäftning, täckförmåga, glans samt glans- och färgändringar m.m. Vidare har Teknologisk Institut på uppdrag av Förbrukerrådet testat Norröns Linoljefärg i jämförelse med tre konkurrerande produkter. Av dessa testresultat, som redovisats i Forbrukerrapporten nr 6/1999, framgår att Norröns produkt har fått det bästa totalbetyget. Forbrukerrådets kostnadsberäkningar är baserade på tillverkarnas egna rekommendationer. Samtliga Norröns produkter har hög torrhalt vilket innebär att de räcker långt. Påståendet att Norröns produkter är billigare än kvalitetsmässigt jämförbara produkter, är därför korrekt.

Till stöd för att priserna för Norröns produkter ligger betydligt under priserna för andra produkter av motsvarande kvalitet åberopas en av Norrön genomförd prisundersökning i elva butiker spridda över Sverige. Undersökningen omfattar de produkter som tillverkas av Färgintressenters medlemmar och Jotun. I prisjämförelsen har Norrön beaktat produkternas torrhalt och täckförmåga, dvs. hur långt färgen räcker, i den mån sådana uppgifter funnits att tillgå. Prisundersökningen visar bl.a. Norröns pris i procent av konkurrenternas pris. Sammanfattningsvis kan det konstateras att Norröns priser ligger betydligt under konkurrenternas priser. Ofta kostar Norröns produkter mindre än hälften av vad konkurrenternas motsvarande produkter kostar.

Vidare har uppgifter sammanställts om priser för Alcro-Beckers och Norröns färger i en färghandel i Falkenberg. En jämförelse utvisar att priserna för Norröns produkter är betyd-

ligt lägre än priserna för Alcro-Beckers produkter. Alcro-Beckers är en av de färgtillverkare som säljer mest färg i Sverige.

Yrkandena 1 a – o

- a Resultatet av Teknologisk Institutts utlåtanden är att Norröns produkter har lika hög kvalitet som Jotuns produkter och att Norröns produkter håller hög kvalitet jämfört med andra tillverkares produkter. Prisuppgifterna, som redovisas i Norröns prisundersökning från en färghandel i Falkenberg år 1998, visar att priserna för Norröns produkter är ungefär hälften av Alcro-Beckers priser för jämförbara produkter.
- b Ca 80 procent av Norröns produkter är testade av Teknologisk Instituttt. Resultaten visar att Norröns produkters kvalitet är lika hög som Jotuns produkter och att kvaliteten även i övrigt är hög. Påståendet måste därför anses korrekt och vederhäftigt.
- c Prisundersökningen från en färghandel visar att Norröns produkter jämfört med en av de största svenska konkurrenternas produkter säljs till priser som är avsevärt lägre. Eftersom Norröns produkter enligt Teknologisk Institutts utlåtanden har testats och visats vara fullt jämförbara med Jotun och andra tillverkares produkter och även i övrigt är av hög kvalitet, är formuleringen inte missvisande eller vilseledande.
- d Norrön använder numera inte den påtalade formuleringen. Det bestrids dock att formuleringen är vilseledande eftersom både pris och kvalitet avseende Norröns produkter har dokumenterats genom Teknologisk Institutts utlåtanden. Formuleringen anger vidare att Norröns produkter är minst lika bra om inte bättre än konkurrentens, dvs. Jotun, motsvarande produkter vilket har konstaterats i utlåtandena från Teknologisk Instituttt. Norrön har aldrig gjort gällande att testerna från Teknologisk Instituttt visar att Norröns produkter försäljs till halva priset eller annat förmånligt pris i förhållande till konkurrenterna på den svenska marknaden. Som prisjämförelsen visar är Norröns priser ungefär hälften av konkurrentens priser. Vidare tillämpar Norrön en faktisk prisgaranti som inte strider mot MFL. Norröns formulering är därför korrekt.
- e Norröns husfärg är testad och jämförd med Jotuns husfärg. Jotun är en av de marknadsledande producenterna i Skandinavien. Resultatet visar att Norröns husfärg uppnår bättre testresultat beträffande flera egenskaper. Härtill kommer att Norröns produkt har befunnits uppfylla gällande kvalitetsnormer och i Teknologisk Institutts utlåtande befunnits vara jämförbar med andra tillverkares kvalitetsprodukter.
- f De egenskaper som formuleringen anger, nämligen ”bättre täckförmåga”, ”högre glans”, ”bättre glansstabilitet” och ”lika hög torrhalt” är korrekta slutsatser av utlåtandena från

Teknologisk Institut, vars tester visar att Norröns produkter uppnår bättre resultat än Jotuns och flera andra tillverkares produkter. Med hänsyn till den av Norrön tillämpade prisgarantin måste formuleringen ”Sveriges garanterat lägsta pris” anses korrekt och inte vilseledande.

- g Norröns träolja har en torrhalt på 45 procent. Om en produkt med lägre torrhalt används, vilket är vanligast, försvinner lösningsmedlen (lacknafta) ut i luften och det blir mindre olja kvar i det material som behandlas, varför behandlingen måste göras flera gånger för att samma slutresultat skall erhållas. Det går av samma skäl åt mera träolja. Det är således korrekt att Norröns träolja har mindre påverkan på miljön än en olja med lägre torrhalt. Norrön har emellertid aldrig påstått att bolagets träolja är fördelaktigare, dvs. ger lägre miljöpåverkan, än konkurrenternas motsvarande produkter. Formuleringen är således korrekt och vederhäftig.
- h Enligt Marknadsdomstolens praxis är det vilseledande att använda termen garanti såvida inte formuleringen tillförsäkrar konsumenten en särskild förmån, vilket inte annars skulle ha stått konsumenten till buds. Detta innebär att det är tillåtet att använda termen garanti i marknadsföringen, t.ex. på det sätt som Norrön har gjort, under förutsättning att konsumenten hamnar i ett bättre rättsläge än enligt konsumentlagstiftningen. Norröns formulering innebär, vilket också framgår av annonsen, att om en konsument kan visa att det finns motsvarande produkter som säljs till lägre priser än Norröns produkter, erhåller konsumenten mellanskillnaden kontant. Detta innebär en bättre ställning för konsumenten. Norröns användning av begreppet är därför inte vilseledande. Den omständigheten att Norrön förbehåller sig rätten att ändra angivna priser påverkar inte Norröns åtagande vad gäller produkter som redan köpts. Eventuella senare prisändringar saknar sålunda relevans för garantins tillämplighet. Förbehållet anges vidare med liten stil i annonsen och kan således jämföras med s.k. neutraliserande textavsnitt, vilka normalt inte anses påverka annonsens helhetsintryck.
- i Kvaliteten på Norröns produkter har dokumenterats i Teknologisk Institutts utlåtanden. Norröns prisgaranti medför vidare att konsumenten är tillförsäkrad lägsta pris, eftersom denne i annat fall erhåller skillnaden mellan priset för Norröns produkt och priset för en motsvarande produkt från en annan producent. Vidare har det genom prisundersökningar framkommit att Norrön har de lägsta priserna i Skandinavien. Norröns påstående är därför inte vilseledande.
- j Formuleringen är en korrekt slutsats baserad på Norröns prisgaranti och Norröns produkters dokumenterat höga kvalitet enligt Teknologisk Institutts utlåtanden. Påståendet är korrekt och vederhäftigt.

- k Den påtalade formuleringen återfinns i anslutning till informationen om Norröns prisgaranti. Påståendena har stöd i utlåtandena från Teknologisk Institut och i prisundersökningarna.
- l Norrön har numera upphört att använda den påtalade formuleringen i sin marknadsföring. Påståendet innebär att ingen annan produkt har högre kvalitet eller lägre pris. Det innebär inte att det inte finns andra produkter som har lika hög kvalitet som Norröns produkter. Utlåtandena från Teknologisk Institut visar att vissa av Norröns produkter uppnår bättre testresultat än Jotuns produkter och andra tillverkares produkter i en del avseenden och Norröns prisundersökningar visar att bolagets produkter säljs till betydligt lägre pris än en av de främsta konkurrenternas motsvarande produkter.
- m Formuleringen pekar inte ut någon viss konkurrent till Norrön eller någon specifik produkt. Den innehåller inte heller några direkta prisjämförelser eller hänvisningar till olika produkters kvalitet utan är generell och i viss mån vag och obestämd. Sådana formuleringar i reklam och marknadsföring har accepterats i praxis. Eftersom Norrön har visat att dess produkter håller en hög kvalitet och samtidigt säljs till lägre priser än konkurrerande produkter av motsvarande kvalitet, kan formuleringen inte anses vara vilseledande.
- n Formuleringen skall inte tolkas bokstavligt och utgör inget påstående från Norröns sida om att andra tillverkare lurar konsumenterna. Formuleringen anspelar på det i svenska språket vedertagna uttryckssättet och uppmanar konsumenten att jämföra olika varors egenskaper innan konsumenten bestämmer sig för att köpa en vara. En motsvarande formulering är Se upp! eller liknande . Formuleringen har av Färgintressenter tagits ur sitt sammanhang. Formuleringen återfinns i anslutning till reklamen för linolja och den står i anslutning till att Norrön upplyser om att vissa av Norröns konkurrenter använder upp till 90 procent lacknafta i sina träoljor vilket är en viktig information till kunderna vid bedömningen av kvaliteten på Norröns träolja. Formuleringen kan därför inte betraktas som otillbörlig. Den har lånats från en annons från Alcro-Beckers rörande träolja.
- o Av material som åberopats av Norrön i målet, bl.a. prisjämförelsen från färghandeln i Falkenberg år 1998, framgår att kostnaderna för att tillverka färg är låga och att marginalerna är mycket stora. Norrön köper sina råvaror från samma leverantörer som andra färgfabrikanter. Det är inga stora kostnader i framtagandet av produkterna. Inte heller motiveras prissättningen av att produkterna bygger på hög teknologi eller design. Formuleringen är korrekt och inte vilseledande eller otillbörlig enligt MFL.

Yrkandena 2 a – e

- a Norrön har aldrig påstått att bolagets produkter är bättre än alla andra produkter på den svenska marknaden. Jämförelse har gjorts med Jotun. Vad Norrön påstått är att dess produkter är kvalitetsmässigt jämförbara med en av Skandinavians ledande producenters produkter. Mot bakgrund av de testresultat som finns är Norröns produkter kvalitetsmässigt jämförbara med eller bättre än de produkter som marknadsförs av de ledande producenterna på den svenska marknaden, nämligen Jotuns, Nordsjö AB:s och andra tillverkares produkter. Att testerna utförts i Norge saknar betydelse.
- b Norrön har inte på något ställe i den påtalade marknadsföringen hävdats att testerna som utförts av Teknologisk Institut har något samband med priserna för produkterna.
- c De åberopade prisundersökningarna visar att Norröns priser generellt är omkring 50 procent lägre än konkurrenternas priser. Påståenden i detta avseende måste således anses korrekta. När det gäller Norröns redovisning av kostnader för bl.a. råvaror framgår det av reklamen att de härrör från Norröns egna beräkningar. I egenskap av färgproducent vet Norrön hur kostnadsläget ser ut. Det kan inte anses otillbörligt att redovisa detta.
- d Norröns prisgaranti avser ett verkligt garanterat lägsta pris, som innebär att konsumenten får en bättre ställning än denne annars skulle ha.
- e De påtalade formuleringarna, bl.a. ”Nu är det slut med att betala för mycket för färg i Sverige” och ”Låt dig inte luras”, kan inte anses innebära att konkurrenterna på den svenska marknaden använder oskäligen prissättning. Det är en slutsats som Färgintressenter självt får stå för. Norrön har endast påpekat att branschen använder höga marginaler. Formuleringarna, som numera inte används, är av generell karaktär och kan inte anses vilseledande om konkurrenternas prissättning på den svenska marknaden. Vad gäller påståendet att Norrön luras hänvisas till vad som anförts under yrkande 1 n. Norröns hänvisning i marknadsföringen till att det förekommit felaktig ryktesspridning angående kvaliteten på Norröns produkter kan inte, såsom Färgintressenter gör gällande, anses misskreditera konkurrenterna.

ÅBEROPAD BEVISNING

Färgintressenter har som skriftlig bevisning åberopat

1 utdrag ur Norröns marknadsföringsmaterial,

2 försäljningsstatistik för år 1998, till styrkande av att Jotun inte är marknadsledande på den svenska marknaden och att Jotun endast har en liten andel av den svenska marknaden,

3 lista över färgprodukter som erhållit den Europeiska miljömärkningens EU-blomma, till styrkande av att Norröns produkter från miljösynpunkt inte uppnår den standard som är gängse på den svenska marknaden och

4 Forbrukerrådets tester införda i Forbrukerrapporten nr 5/1999, till styrkande av att Jotuns produkter har högre kvalitet och lägre pris än Norröns produkter.

Norrön har som skriftlig bevisning åberopat

1 utlåtande jämte kompletterande utlåtande av Teknologisk Institut,tt,

2 Forbrukerrådets tester införda i Forbrukerrapporterna nr 5 och 6/1999 och

3 prisjämförelse, daterad den 17 mars 1998, från en färghandel i Falkenberg.

Bevisningen under 1-3 åberopas till styrkande av att de påtalade formuleringarna är korrekta och inte vilseledande samt att formuleringarna inte är otillbörliga mot konsumenter eller konkurrenter. Forbrukerrådets test i Forbrukerrapporten nr 6/1999 åberopas även till styrkande av att Norröns Linoljefärg testats av Teknologisk Institut i jämförelse med tre andra produkter och därvid fått det bästa totalbetyget, att de påtalade formuleringarna är korrekta och inte vilseledande samt att Norröns marknadsföring inte är otillbörlig.

4 Årsredovisning för räkenskapsåret 1998 för Jotun Sverige AB, till styrkande av att Jotuns produkter finns på den svenska marknaden och att Jotun är en av de ledande färgproducenterna på såväl den skandinaviska som den svenska marknaden,

5 utdrag ur årsredovisningar för räkenskapsåret 1998 för Akzo Nobel Decorative Coatings AB, Scala Färgindustri i Göteborg AB och Alcro-Beckers AB, till styrkande av att Jotun är en ledande färgtillverkare på den skandinaviska och den svenska marknaden,

6 utlåtande av SP Sveriges Provnings- och Forskningsinstitut, till styrkande av att Jotun är en av de ledande färgtillverkarna på såväl den skandinaviska som den svenska marknaden, att Jotuns produkter generellt håller samma kvalitet som de produkter som tillverkas av Alcro-Beckers AB, Nordsjö AB (Akzo Nobel) och Flügger Färg AB samt att de testmetoder som Teknologisk Institut använt är allmänt accepterade och vedertagna i Sverige för utvärdering av färgprodukter,

7 utdrag ur Teknologisk Institutts testrapport avseende Norrön Husmaling, till styrkande av att Norrön Husfärg uppnår bättre testresultat beträffande en rad egenskaper än en av de marknadsledande producenternas i Skandinavien motsvarande produkt, och

8 Norröns prisundersökning avseende elva butiker i Sverige, till styrkande av att Norröns produkter har betydligt lägre pris än kvalitetsmässigt jämförbara produkter på den svenska marknaden och att Norröns produkter kostar ungefär hälften av vad de svenska produkterna kostar.

På begäran av Färgintressenter har hörts marknadsdirektören B. J., Jotun Sverige AB, och civilingenjören C. E. A. B. J. har hörts om Jotuns produkter, marknadsandelar och ställning på den svenska marknaden, konkurrenters marknadsandelar och ställning på den svenska marknaden samt om de tester som Teknologisk Institut utfört. C. E. A. har hörts om färgers egenskaper, olika testmetoder, de tester som Teknologisk Institut utfört och färgers miljöegenskaper.

På begäran av Norrön har hörts direktören R. N., Division Materialrådgivning och Testning, Teknologisk Institut och direktören J. K. N., Norrön Färg i Göteborg AB. R. N. har hörts om de tester som institutet gjort på uppdrag av Forbrukerrådet och Norrön, om färgers egenskaper, testresultatens tillförlitlighet, färgåtgång och torrhaltens betydelse. J. K. N. har hörts om de gjorda testerna, Norröns produkter och de andra produkterna på marknaden, torrhaltens betydelse för färgåtgången, prissättningen på marknaden, Norröns prisgaranti och Norröns marknadsföring.

DOMSKÄL

Inledning

Den som vid marknadsföring gör ett påstående skall kunna visa att påståendet är riktigt. Kan denne inte det är påståendet att anse som ovederhäftigt. Marknadsföringen är därmed otillbörlig. I motiven till marknadsföringslagen (1975:1418) framhölls, vilket alltså gäller, att det från både konsumenternas och näringslivets synpunkt är angeläget att motverka överdrifter i reklam. Det sägs dock att det ibland kan vara motiverat att se med ett visst överseende på överdrivna påståenden, t.ex. när priskonkurrensen främjas. Kravet på att marknadsföring skall vara vederhäftig är emellertid särskilt viktigt vid jämförande reklam då sådan reklam förmedlar ett intryck av objektivitet och därför inger ett speciellt förtroende hos konsumenten.

Vad Norrön anfört om att de flesta färgtillverkare i sin marknadsföring använder ungefär samma formuleringar och uppgifter som de i målet aktuella kan inte påverka bedömningen av Norröns marknadsföring.

Färgintressenter har i målet påtalat en rad formuleringar som Norrön använt vid marknadsföring av sina produkter i Sverige. Ett stort antal formuleringar innefattar påståenden om kvalitet och pris. Härtill kommer påståenden om garanti och garanterat lägsta pris. Några formuleringar innebär, enligt Färgintressenter, en misskreditering av konkurrenterna på den svenska färgmarknaden. Slutligen förekommer en formulering som påtalats avseende uttrycket ”reducerar miljöpåverkan”.

Kvalitetspåståenden

Norrön har anfört att stöd för de påståenden som gjorts om kvalitet i första hand finns i de av Teknologisk Institut i Oslo företagna testerna av bolagets produkter. Testerna har omfattat nio av Norröns produkter vilka jämförts med motsvarande produkter från en av de, som det sägs, ledande färgproducenterna i Skandinavien, nämligen Jotun A/S. Testerna har utförts enligt bl.a. de metoder som måleribranschen i Norge har utarbetat. Referensprodukterna har enligt Norrön anvisats av Teknologisk Institut och valts ut i samråd med Norrön. Ytterligare fyra av Norröns produkter uppges ha testats genom Forbrukerrådets försorg. Även här har produkterna jämförts med motsvarande produkter från andra färgtillverkare, däribland Jotun och en svensk tillverkare. Resultaten av dessa tester har publicerats i rådets tidskrift Forbrukerrapporten nr 5 och 6/1999. Enligt Norrön utvisar testerna att bolagets produkter är fullt jämförbara med Jotuns produkter som är av hög kvalitet. Av Jotuns testade produkter säljs elva också i Sverige. Det finns således, enligt Norröns förmenande, skäl för de påståenden om kvalitet och pris som gjorts vid den aktuella marknadsföringen.

Färgintressenter har häremot invänt bl.a. att den på grundval av Teknologisk Instituts tester gjorda jämförelsen avser produkter på den norska marknaden och således inte kan utgöra saklig grund för jämförande påståenden beträffande produkterna på den svenska marknaden, framför allt inte vad gäller de i Sverige marknadsledande tillverkarnas produkter.

De påståenden i fråga om kvalitet som Norrön gjort vid marknadsföringen av sina produkter förmedlar enligt Marknadsdomstolens mening intrycket att Norröns produkter i kvalitets hänseende är jämbördiga med och i vissa fall överlägsna övriga färgtillverkares produkter som säljs på den svenska färgmarknaden. Av Teknologisk Instituts rapport och av de uppgifter som R. N. lämnat vid vittnesförhör med honom framgår sammanfattningsvis att de färgprodukter som testats av institutet har motsvarande kvalitet. Ett visst stöd för denna slutsats ges också av resultaten av de av Forbrukerrådet föranstaltade testerna. Det anges dock

inte i de åberopade testresultaten att de testade produkterna håller en hög kvalitet. De nu nämnda testerna har en begränsad omfattning samt avser den norska marknaden och, med ett undantag, norska tillverkares produkter. Visserligen säljs vissa av Jotuns produkter som ingår i testerna även i Sverige. De åberopade testresultaten är dock inte sådana att det finns grundad anledning att överföra dem till att avse också den svenska marknaden och där tillhandahållna produkter. Enligt Marknadsdomstolens mening kan sålunda de åberopade testresultaten inte läggas till grund för påståenden om kvalitet som innefattar en jämförelse med övriga färgtillverkares produkter på den svenska marknaden.

Prispåståenden

Norrön har till stöd för sina påståenden beträffande bolagets prisnivåer åberopat två prisundersökningar, nämligen dels en prisundersökning i en färghandel i Falkenberg där priserna för Norröns produkter jämförts med priser för Alcro-Beckers AB:s motsvarande produkter, dels en prisundersökning genomförd i elva färgbutiker geografiskt spridda över Sverige. Uppgifterna om priser i de båda undersökningarna har inhämtats och sammanställts av Norrön. Enligt Norrön utvisar undersökningarna att priserna för bolagets produkter är betydligt lägre än priserna för Alcro-Beckers produkter samt att Norröns produkter generellt sett är omkring 50 procent billigare än konkurrenternas.

Färgintressenter har anfört att Norrön inte presterat något bevis till stöd för sina prisjämförelser. De prisundersökningar som åberopats utgör enligt Färgintressenter inget stöd för de generella och jämförande prispåståenden som görs i marknadsföringen. Bl.a. har, menar Färgintressenter, någon jämförelse inte skett beträffande färgkostnaden per kvadratmeter.

Enligt Marknadsdomstolens mening ger de åberopade prisundersökningarna vid handen att Norrön håller låga priser på sina produkter. Utredningen ger dock inte stöd för att priserna generellt kan sägas vara hälften av konkurrenternas eller att de ligger långt under konkurrenternas. För sådana påståenden har undersökningarna en alltför begränsad omfattning. De utförda testerna har, såvitt framgår i målet, inte omfattat pris eller prisnivåer och några uttalanden som angår priser görs inte i testresultaten.

Yrkandena under 1

De påtalade formuleringarna under yrkandena a-d ger i sitt sammanhang intrycket att Norröns produkter skulle ha en hög kvalitet jämfört med kvaliteten på konkurrenternas produkter och att detta framgår av de av Teknologisk Institut gjorda testerna. Att ordet konkurrenten använts i formuleringen under yrkande d ändrar inte denna bedömning. Som nyss har konstaterats ger resultatet av de av Teknologisk Institut utförda testerna inte fog för att så skulle vara fallet. I formuleringarna under yrkandena a, c och d kopplas påståendena om kvalitet till påståenden om att testresultaten utvisar att priset på Norröns produkter är hälften av konkurrenternas pris eller att Norröns priser ligger långt under priserna hos svenska marknadsledande tillverkare. Som Marknadsdomstolen tidigare har konstaterat ger testresultaten inte något stöd för dessa generella prispåståenden. Med hänsyn till det anförda är formuleringarna under yrkandena a-d vilseledande och därmed otillbörliga enligt MFL.

I formuleringen under yrkande e görs ett påstående om att Norrön Husfärg uppnår bättre testresultat på en rad egenskaper än motsvarande produkt från en av de ledande producenterna i Skandinavien. Härmed torde åsyftas det förhållandet att egenskaperna hos Norröns Husfärg i vissa fall erhållit ett bättre omdöme än konkurrentens jämförda produkt medan i andra fall den konkurrerande produkten fått ett bättre omdöme. Formuleringen ger emellertid intrycket att Norrön Husfärg genom sina egenskaper är överlägsen konkurrentens produkt. Något stöd för att detta skulle vara fallet ger inte testresultaten. Formuleringen är således vilseledande och otillbörlig.

I formuleringen under yrkande f anges bl.a. att Norröns färgprodukter har bättre täckförmåga, högre glans, bättre glansstabilitet och lika hög torrhalt. Norrön har till stöd för de gjorda påståendena hänvisat till de av Teknologisk Institut utförda testerna av husfärg och oljetäcklasyr samt angett att påståendena är korrekta slutsatser av utlåtandena i institutets rapport. Enligt Marknadsdomstolens mening ger de allmänna och svepande påståendena intrycket att någon färgprodukt med motsvarande egenskaper inte går att erhålla och att Norröns färgprodukter i dessa hänseenden är överlägsna alla andra på marknaden förekommande produkter. Att detta skulle vara fallet framgår inte av institutets rapport eller av annan utredning i målet. Påståendena är så generella att det kan sättas i fråga om de ens är möjliga att styrka. Formuleringen är således i denna del vilseledande och otillbörlig.

Vad gäller formuleringen under yrkande g att Norrön Träolja Special reducerar miljöpåverkan får påståendet i sitt sammanhang anses innefatta en jämförelse med andra på marknaden förekommande produkter. Norrön har i denna del pekat på att produkten har en hög torrhalt och att mindre mängd lösningsmedel i en produkt reducerar miljöpåverkan i förhållande till produkter med lägre torrhalt. Av utredningen i målet framgår dock inte att Norröns Träolja Special har en hög torrhalt i jämförelse med andra på marknaden förekommande produkter. Träolja innehåller även andra beståndsdelar än lösningsmedel som kan påverka miljön negativt. Den påtalade formuleringen ger emellertid intryck av att användningen av produkten är fördelaktig från miljösynpunkt. Någon utredning som utvisar att det finns fog för det gjorda påståendet har inte framlagts. Formuleringen är sålunda i nu angivet avseende vilseledande och otillbörlig.

Det under yrkande h påtalade uttrycket prisgaranti innebär enligt Norrön att bolaget, om en kund som köpt dess färgprodukter kan köpa färg av liknande dokumenterad kvalitet hos någon annan, betalar mellanskillnaden till kunden. Färgintressenter har anfört att Norrön inte ger klart besked om garantins omfattning och att prisgarantin saknar reell innebörd genom kravet på att produkten skall ha liknande dokumenterad kvalitet. Enligt Marknadsdomstolens mening kan innebörden av den lämnade garantiutfästelsen inte anses oklar eller sakna reell innebörd. Uttrycket prisgaranti kan inte heller sägas innefatta ett påstående om att några lägre priser inte kan förekomma hos konkurrenterna. Som domstolen tidigare funnit, bl.a. i avgörandet MD 1986:7, bör ordet garanti kunna användas för en utfästelse om prisnedsättning. Att Norrön i samband med ordet garanti använder ordet pris innebär inte att uttrycket blir att betrakta som vilseledande. Med hänsyn härtill saknas grund för att anse att Norröns marknadsföring är otillbörlig i denna del. Yrkandet under h skall därför lämnas utan bifall.

Förhållandet blir emellertid att bedöma annorlunda om garantibegreppet sammankopplas med uttryck som garanterat lägsta pris vilket gjorts i formuleringarna under yrkandena f och i. I det nyss nämnda beslutet framhöll Marknadsdomstolen att uttrycket enligt sin ordalydelse innebär att konsumenterna garanteras att något lägre pris inte kan erhållas och att många konsumenter förlitar sig på detta och därför avstår från att göra egna jämförelser. Domstolen konstaterade vidare att utfästelsen om återbetalning av prisskillnad inte betyder att konsumenten alltid får lägsta pris hos det annonserande företaget. Den gjorda sammankopplingen av garantibegreppet med orden lägsta pris är på sätt som anförts vilseledande. De påtalade formuleringarna är därför otillbörliga enligt MFL.

På motsvarande sätt ger de allmänna och kategoriska påståendena av den art som anges i formuleringarna under yrkandena j, k och l intrycket att något lägre pris inte kan erhållas och att Norrön alltid har lägre priser än andra färgtillverkare på sina produkter samt att konsumenterna tillförsäkras lägsta pris på grund av garantin. Norrön har inte visat att så är fallet. I två av formuleringarna kopplas prispåståendena med påståenden om kvalitet. Med hänsyn till vad Marknadsdomstolen nyss har konstaterat ger utredningen i målet, främst de åberopade testresultaten, inte något stöd för de under yrkandena k och l gjorda kvalitetspåståendena. Mot bakgrund av det anförda är också yrkandena under j, k och l vilseledande och otillbörliga.

Beträffande yrkandena m, n och o har Norrön anfört att bolaget är ett lågprisföretag som konkurrerar med låga priser samt att formuleringarna som här är i fråga innebär uppmaningar till konsumenterna att göra prisjämförelser. Enligt Norrön köper bolaget sina råvaror från samma leverantörer som övriga färgtillverkare, varför bolaget vet att marginalerna inom färgbranschen i Sverige är mycket stora. De påtalade formuleringarna innebär enligt Marknadsdomstolens mening påståenden om att färgtillverkare i Sverige och också i Skandinavien tar ut oskäligt höga priser för sina produkter samt att konsumenterna därigenom riskerar att bli lurade. Någon utredning har inte förebragts som utvisar att det finns fog för sådana långtgående påståenden. Dessa har en starkt nedsättande innebörd och är misskrediterande för konkurrenterna. Påståendena är således otillbörliga.

Yrkandena under 2

Färgintressenter har under yrkande 2 begärt att förbud meddelas för Norrön att vid marknadsföring använda även andra, liknande formuleringar varigenom görs vissa påståenden eller antydningar av närmare angivet slag. Som Marknadsdomstolen nyss konstaterat ger i målet åberopade tester inte fog för påståenden om att Norröns produkter skulle vara jämförbara med eller bättre än de produkter som i övrigt marknadsförs på den svenska marknaden. Inte heller finns stöd för påståenden att testerna skulle utvisa att Norröns produkter försäljs till halva priset eller till annat förmånligt pris i förhållandena till konkurrenterna på den svenska marknaden. Yrkandena under a och b bör därför bifallas.

Som Marknadsdomstolen också tidigare funnit ger den i målet förebragta utredningen inte stöd för att Norröns priser generellt kan sägas vara hälften av konkurrenternas på den svenska marknaden. Den första delssatsen under yrkande c bör därför bifallas. Den andra delssat-

sen omfattas inte av något av de under 1 angivna yrkandena. Något förbud mot att genom liknande formuleringar som de som påtalats under yrkande 1 kan därför inte meddelas beträffande den andra delssatsen. Yrkande c kan sålunda i denna del inte vinna bifall.

Vad gäller yrkandet under d avser detta till en början förbud mot att påstå eller antyda att Norrön skulle tillämpa någon form av prisgaranti. Som framgår av vad som tidigare anförts tillämpar Norrön en form av prisgaranti innebärande att kunder under vissa förutsättningar kan få prisnedsättning beträffande köpta färgprodukter. Yrkandet under d första delen av meningen skall därför lämnas utan bifall. Däremot bör yrkandet under d som avser påståenden eller antydningar om att Norrön på något annat sätt skulle garantera lägsta pris bifallas mot bakgrund av vad som tidigare anförts.

Även yrkandet under e bör bifallas med hänsyn till vad som anförts under yrkandena 1 m, n och o.

Sammanfattning beträffande yrkandena under 1 och 2

Med hänsyn till det anförda bör, såsom Färgintressenter yrkat, förbud meddelas vad avser yrkandena 1 a – g, 1 i – o samt 2 a, b, c första delssatsen, d andra delen av meningen samt e. Yrkandena under 1 h, 2 c andra delssatsen och 2 d första delen av meningen bör lämnas utan bifall. De yrkande förbuden bör i några fall justeras med avseende på deras lydelse.

Rättegångskostnader

Vid denna utgång är Färgintressenter att anse som i huvudsak vinnande part. Vad bolaget tappat får anses vara av endast ringa betydelse. Norrön är därför skyldigt att ersätta Färgintressenter för dess rättegångskostnader i målet. Färgintressenter har yrkat ersättning för rättegångskostnader med 167 400 kr, varav 137 400 utgör ombudsarvode, 29 200 kr avser ersättning för biträde av tekniskt sakkunnig och dennes inställelse som vittne samt 800 kr avser ersättning för utlägg. Norrön har överlämnat åt Marknadsdomstolen att bedöma det yrkade beloppets skälighet. Vid en sådan bedömning beaktar Marknadsdomstolen bl.a. att de av Norrön åberopade testerna har krävt genomgång av materialet med tekniskt sakkunnig på färgområdet och att huvudförhandlingen i målet pågått under drygt åtta och en halv timme. Enligt Marknadsdomstolens mening får den av Färgintressenter yrkade ersättningen anses skäligen.

På Marknadsdomstolens vägnar

Staffan Laurén

Ledamöter: Staffan Laurén, Ella Nyström, Maria Renmyr, Carin Holmquist, Jonas
Häckner och Lars-Gunnar Mattsson. Enhälligt

Sekreterare: Paul Katai

Rätt avskrivet intygar

Monica Stenderup