

MARKNADSDOMSTOLEN                      AVSKRIFT  
DOM    2000:8  
2000-03-30                                      Dnr B 7/99

KÄRANDE                                      Konsumentombudsmannen (KO),  
118 87 STOCKHOLM

SVARANDE                                      Bodion AB, 556559-1699, Hantverkarsvägen 15,  
436 33 ASKIM

SAKEN    marknadsföring av s.k. millenniepaket

---

#### DOMSLUT

Marknadsdomstolen förbjuder Bodion AB vid vite av tvåhundrausen (200 000) kr att vid marknadsföring av s.k. millenniepaket på det sätt som skett i den påtalade reklamen

1 använda formuleringarna

a ”Allt du behöver inför det kritiska årsskiftet”,

b ”Här kan du köpa paketet som enkelt förbereder dig inför det kritiska årsskiftet”,

c ”Pessimisterna tror att världen kommer att drabbas av katastrofer som hungersnöd, anarki, olyckor, kärnkraftshaverier och massflykt...”

eller andra formuleringar som på väsentligen samma sätt spelar på rädsla, oro och fruktan,

2 använda det skyddade märket för Röda Korset.

Bodion AB förpliktas att ersätta KO för dennes rättegångskostnader med femtusen (5 000) kr. På beloppet skall utgå ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker.

## DEN PÅTALADE REKLAMEN

KO har påtalat Bodion AB:s (Bodion) reklam för ett s.k. millenniepaket på bolagets webbplats på Internet. Ingångssidan och en subsida återges i kopia i domsbilaga.

### YRKANDEN, M.M.

KO har yrkat att Marknadsdomstolen enligt 4, 14 och 19 §§ marknadsföringslagen (1995:450) förbjuder Bodion vid vite att vid marknadsföring av s.k. millenniepaket på det sätt som skett i den påtalade annonsen

1 använda formuleringarna

a ”Allt du behöver inför det kritiska årsskiftet”,

b ”Här kan du köpa paketet som enkelt förbereder dig inför det kritiska årsskiftet”,

c ”Pessimisterna tror att världen kommer att drabbas av katastrofer som hungersnöd, anarki, olyckor, kärnkraftshaverier och massflykt...”

eller andra formuleringar som på väsentligen samma sätt spelar på rädsla, oro och fruktan,

2 använda det skyddade märket för Röda Korset.

Bodion har bestritt KO:s talan.

Parterna har yrkat ersättning för sina rättegångskostnader.

Marknadsdomstolen har i beslut den 21 december 1999 meddelat ett interimistiskt förbud i enlighet med KO:s yrkanden.

## PARTERNAS TALAN

Parterna har anfört i huvudsak följande.

### KO

Bodion marknadsför ett s.k. millenniepaket genom reklam på bolagets webbsida på Internet. Paketet kan beställas på telefon, via fax eller e-mail. Den som beställer kan välja mellan tre leveransalternativ: utlämning på postkontor, hemkörning eller avhämtning på kontoret. Det finns fem olika typer av paket: singel-, sambo-, familje-, gåvo- och företagspaket. Priset va-

rierar från 199 kr för det billigaste till 799 kr för det dyraste paketet. Samtliga paket innehåller filter, ficklampor, stormkök och tändstickor. Gåvopaketet och företagspaketet innehåller dessutom pulversoppor och snabbnudlar. Marknadsföringen har funnits på Internet i vårt fall sedan den 19 oktober 1999.

På bolagets ingångssida finns uppmaningen:

”ALLT DU BEHÖVER INFÖR DET KRITISKA ÅRSSKIFTET  
RING & BESTÄLL 031-68 19 91”

Sidan är illustrerad med två bilder; ett ansikte av en ung pojke som förefaller vara mycket sjuk och två personer i helfigur som promenerar längs en väg i snöstorm. I den text som löper till höger om bilderna finns bl.a. följande påståenden: ”Här kan du köpa paketet som enkelt förbereder dig inför det kritiska årsskiftet!”, ”På nyårsnatten klarar inte alla datorer omställningen från 1900 till 2000-talet”, ”Pessimisterna tror att världen kommer att drabbas av katastrofer som hungersnöd, anarki, olyckor, kärnkraftshaverier och massflykt...” och ”Med enkla medel kan också du förebygga störningar som kan inträffa viktiga funktioner...”.

Sidan visar dessutom hur många dagar, timmar, minuter och sekunder det i var stund är kvar till nyårsskiftet. Enligt uppgift i annonsen följer bolaget rekommendationer om förberedelser inför årsskiftet från Röda Korset, Civilförsvarsförbundet och Överstyrelsen för civil beredskap. Deras märke respektive logotype visas i bild.

Den aktuella reklamen är helt på svenska. Prisuppgifterna är i svenska kronor. Hänvisningar görs huvudsakligen till svenska instanser om vad som rekommenderas inför millennieskiftet. Det är uppenbart att marknadsföringen uteslutande är riktad till konsumenter på den svenska marknaden. Detta får anses framgå av både produktsammansättningen och anvisningarna för beställning/avhämtning av paketen. T.ex. anges telefonnummer utan landskod och besökare önskas välkomna till den uppgivna adressen i Askim. I egenskap av säljare och annonsör ansvarar Bodion för att reklamen uppfyller marknadsföringslagens krav.

#### Yrkande 1

Det framgår av Civilförsvarsförbundets webbsida att det troligen inte finns anledning till större oro just vid årsskiftet. Men att elavbrott och andra störningar i våra dagliga liv kan inträffa när som helst och att det inte skadar att vara förberedd. Det finns därför anledning att ta tillfället i akt och se över sin hemberedskap.

Marknadsföringen avser paket med viss nödutrustning. Innehållet kan jämföras med vad Räddningsverket föreslår att var och en bör ta med sig vid ”utrymning” med anledning av krig. Som exempel ur Räddningsverkets lista kan nämnas mat och dryck, ficklampa, stearinljus och tändstickor samt sovsäck eller filt och liggunderlag. Genom hänvisningen till vad de s.k. pessimisterna tror att världen kommer att drabbas av i samband med ”det kritiska årsskiftet” är annonsen ägnad att väcka starka känslor av obehag. Enligt Internationella Handelskammarens Grundregler för reklam, artikel 4 punkten 2, får reklam inte utan vägande skäl spela på rädsla eller fruktan.

Den form av mänskliga katastrofer som räknas upp i annonsen – hungersnöd, anarki, olyckor, kärnkraftshaverier och massflykt – saknar direkt koppling till störningar som har samband med millennieskiftet. Det finns inte några officiella uppgifter om att det skulle föreligga några särskilda risker för Sverige i dessa hänseenden.

Konsumentverket har på sin webbsida sammanställt vanliga frågor och svar angående riskerna kring sekelskiftet. Ingen av bedömarna som verket där refererar till varnar för stora störningar. På 2000-delegationens webbsida finns utförlig information om eventuella störningar.

De formuleringar som förekommer i annonsen om ”det kritiska årsskiftet” och vilka typer av katastrofer som kan väntas bör betraktas som överdrivna i detta sammanhang. Bodion saknar därför skäl att spela på den oro som vissa känner inför millennieskiftet.

”Nedräkningen” är i sig ägnad att förstärka intrycket av att ”dagarna är räknade”. Detta inlägg i annonsen kan också utgöra en viss press på en reklammottagare att snabbt bestämma sig för att beställa ett paket. Marknadsföringen bör anses strida mot god marknadsföringssed och är därmed otillbörlig enligt marknadsföringslagen.

## Yrkande 2

Marknadsdomstolen har i åtskilliga fall slagit fast att åtgärder som är lagstridiga i förhållande till annan lagstiftning än marknadsföringslagen skall anses vara otillbörliga även i marknadsrättslig mening om åtgärderna sker i marknadsföring. Detta utgör den s.k. lagstridig-

hetsprincipen. Den kommer också till uttryck i Internationella Handelskammarens Grundregler för reklam och har ansetts självklar av lagstiftaren (prop. 1994/95:123 s. 44 f.).

Enligt lagen (1953:771) om skydd för vissa internationella sjukvårdsbeteckningar och för civilförsvarets internationella kännetecken får rödakorsmärket användas offentligt i första hand som kännetecken avseende militär sjukvård eller för militärpräster. Även de internationella rödakorsorganisationerna får använda märket liksom annan organisation med regeringens tillstånd. Märket kan användas i samband med civil sjukvård under krig, räddningstjänst samt på ambulans och hjälpstationer för avgiftsfri vård av sårade och sjuka.

Det framgår av ett av Svenska Röda Korset avgivet yttrande i ärendet att bolaget kommer att polisanmälas om inte de röda kors som finns på bolagets webbsidor omedelbart tas bort. Användningen av det skyddade märket Röda Korset strider mot gällande lagstiftning. Förfarandet strider därför, enligt KO:s mening, mot god marknadsföringssed enligt 4 § marknadsföringslagen.

Bodion

Enligt Bodions uppfattning tolkar KO gamla lagar som inte går att applicera inom det nya mediet Internet. Bodion anser sig inte ha brutit mot svensk lagstiftning. Informationen på den aktuella webbplatsen låg på en server i USA och lydde därmed under en annan nations lagstiftning. Bodion har kontaktat det ansvariga bolaget i USA som numera har stängt webbplatsen.

Informationen på webbplatsen var på svenska men kunde läsas av alla i världen som använder Internet och kan svenska språket. Webbplatsen kan därmed inte knytas till en viss nation. Internet saknar gränser och någon nationell rättslig ram finns än så länge inte att arbeta efter.

Webbplatsen har inte aktivt marknadsförts i Sverige och har inte genererat försäljning i Sverige. Inga försändelser har skickats till kunder i Sverige. All information som fanns på webbplatsen har producerats av tredje part och den återgavs endast från pålitliga och neutrala källor inom stat och viktiga organisationer. Informationen var av sådant slag att det fanns ett allmänt intresse att publicera den. Informationen som publicerats om Röda Korsets rekommendationer inför millennieskiftet hade hämtats från Röda Korsets hemsida i USA

och översatts till svenska. Namnet Röda Korset var länkat till den ursprungliga informationen på Röda Korssets hemsida i USA, vilket helt följer reglerna för reproduktion av textmaterial på Internet. Detsamma gäller annan information som publicerats.

## ÅBEROPAD BEVISNING

KO har som skriftlig bevisning åberopat utdrag ur bolagets webbplats.

## DOMSKÄL

I målet har Bodion invänt att marknadsföringslagen (1995:450) (MFL) inte är tillämplig då den inte går att applicera inom det nya mediet Internet. Enligt 2 § MFL är emellertid lagen tillämplig då näringsidkare marknadsför eller själva efterfrågar produkter i sin näringsverksamhet. Någon begränsning av lagens tillämplighet vad gäller medier som kan komma till användning vid marknadsföring har inte gjorts. MFL är sålunda tillämplig också på marknadsföring som förekommer på Internet.

Den påtalade marknadsföringen är som KO anfört helt på svenska med samtliga prisuppgifter angivna i svenska kronor. Vidare har telefonnummer till bolaget angetts utan landskod och besökare önskats välkomna till bolagets adress i Askim. Enligt Marknadsdomstolens mening är det uppenbart att marknadsföringen är riktad mot konsumenter på den svenska marknaden. Något hinder mot att tillämpa MFL på den påtalade marknadsföringen föreligger alltså inte. Det saknar härvid betydelse om den aktuella reklamen, som Bodion påstått, finns lagrad på en server i USA. Vad Bodion invänt om att marknadsföringen har upphört eller att någon försäljning inte har skett till kunder i Sverige utgör inte hinder mot en prövning enligt MFL.

## Yrkande 1

Marknadsdomstolen har i tidigare avgöranden uttalat (se bl.a. MD 1995:1) att reklam inte får – såsom det uttrycks i Internationella Handelskammarens Grundregler för reklam – utan vägande skäl spela på rädsla eller fruktan.

Bodion har i sin marknadsföring angett bl.a. vissa katastrofer som världen kan drabbas av i samband med millennieskiftet. Vidare förekommer flera gånger uttrycket ”det kritiska års-

skiftet”. Enligt Marknadsdomstolens mening har bolaget, såsom KO gjort gällande, genom att använda de överdrivna formuleringarna i sin marknadsföring utan vägande skäl spelat på konsumenternas rädsla, oro och fruktan. Marknadsdomstolen finner således att de påtalade formuleringarna strider mot god affärssed och därmed är otillbörliga enligt MFL. Det av KO yrkade förbudet skall därför meddelas.

## Yrkande 2

Enligt lagen (1953:771) om skydd för vissa internationella sjukvårdsbeteckningar och för civilförsvarets internationella kännetecken får rödakorsmärket inte offentligen användas annat än som kännetecken för militär sjukvård eller för militärpräster eller, efter regeringens tillstånd, i vissa särskilt angivna fall.

Bodion har i sin marknadsföring använt rödakorsmärket. Som Marknadsdomstolen i tidigare avgöranden har funnit kan marknadsföring som sker på ett sätt som står i strid med tvingande lagstiftning anses som otillbörlig i MFL:s mening. Det får i målet anses klarlagt att Bodion saknat tillstånd att använda rödakorsmärket. Användningen strider således mot gällande lagstiftning och därmed mot god marknadsföringssed enligt 4 § MFL. KO:s yrkande i denna del skall därför bifallas.

## Rättegångskostnader

KO har yrkat ersättning för rättegångskostnader med 5 000 kr för arbete. Bodion har bestritt yrkandet. Eftersom KO vunnit bifall till sin talan, skall Bodion ersätta KO för dennes rättegångskostnader. Det belopp som KO yrkat får anses skäligt.

På Marknadsdomstolens vägnar

Staffan Laurén

Ledamöter: Staffan Laurén, Brita Swan, Ann-Christine Persson, Gösta Bystedt, Marianne Reuterskiöld och Anders Stenlund. Enhälligt

Sekreterare: Paul Katai

Rätt avskrivet intygar

Monica Stenderup