

MARKNADSDOMSTOLEN
AVSKRIFT
DOM
2000-05-02
2000:9
Dnr C 28/99

KÄRANDE
Svensk Branschförening för Profil & Reklamartiklar,
802400-5152, Hedinsgatan 9, 115 33 STOCKHOLM
Ombud: ordföranden H. H., samma adress

SVARANDE
Charden Reklam AB, 556445-1242,
Susvindsvägen 4-6, 432 31 VARBERG

SAKEN
erbjudanden med bestickningsliknande verkan

DOMSLUT

Marknadsdomstolen förbjuder Charden Reklam AB vid vite av tvåhundra tusen (200 000) kr att vid marknadsföring av profil- och reklamartiklar använda ifrågavarande premieerbjudanden eller liknande erbjudanden med väsentligen samma innebörd.

INLEDNING

Svensk Branschförening för Profil & Reklamartiklar (SBPR) har påtalat en reklambroschyr från Charden Reklam AB (Charden). I broschyren marknadsför Charden profil- och reklamartiklar till företag med användande av en s.k. premiebarometer, vilket innebär att vid köp från Charden erhålls, beroende på värdet av inköpen, premier i form av olika varor. Reklambroschyren återges i svartvit kopia i domsbilaga.

YRKANDE

SBPR har, som talan får förstås, yrkat att Marknadsdomstolen enligt 4 och 14 §§ marknadsföringslagen (1995:450) förbjuder Charden vid vite att vid marknadsföring av profil- och reklamartiklar erbjuda beställaren premier såsom klockradio, cykel, TV eller scooter m.m. och att vidta annan liknande åtgärd i framtiden.

Charden har medgett av SBPR anförda sakomständigheter.

PARTERNAS TALAN

Parterna har anført i huvudsak följande.

SBPR

I den av Charden utgivna reklambroschyren, som adresserats ”Till ansvarig för reklamin-köp”, använder Charden en marknadsföringsåtgärd som inte kan accepteras som tillbörlig. Speciellt gäller det den införda premiebarometern där den som gör beställningen kan erhålla en klockradio, en cykel, en TV m.m., t.o.m. en scooter beroende på ordervärdet. Det har även kommit till SBPR:s kännedom att varorna t.o.m. kan sändas hem till beställaren personligen. Att erbjuda gratisprodukter vid beställning av varor lockar kunden till större inköp än behövt.

Chardens marknadsföring strider mot god marknadsföringssed och är att anse som otillbörlig. Det rör sig om en bestickningsliknande åtgärd eftersom premieerbjudandet riktar sig till den anställda och inte till företaget. Sådana åtgärder har av Marknadsdomstolen i flera avgöranden, bl.a. MD 1993:18, bedömts som otillbörliga.

Det är av allmänt intresse att ifrågavarande marknadsföringsåtgärd stoppas och ej upprepas.

Charden

Sakomständigheterna i stämningen medges. Möjlighet finns att utformningen av kampanjen kan misstolkas av mottagaren. Denna typ av marknadsföring kommer inte att användas i framtiden och därmed saknas också anledning för Marknadsdomstolen att ingripa.

ÅBEROPAD BEVISNING

SBPR har som skriftlig bevisning åberopat kopia av den påtalade reklambroschyren.

DOMSKÄL

Den aktuella reklambroschyren har skickats till ansvariga för reklaminköp. Det kan antas att den påtalade marknadsföringen nått anställda i inköpsfunktion. Som Marknadsdomstolen tidigare uttalat (se MD 1993:18) kan det, även om de saluförda produkterna är av sådan karaktär eller betingar ett sådant pris att inköpsbesluten i mindre företag ofta hänskjuts till eller regelmässigt fattas av ägaren direkt, också tänkas flera fall där inköpsbesluten kan komma att fattas av anställda i inköpsfunktion.

Samtliga varor som erbjudits som premier får anses vara avsedda för privat bruk. De har dessutom sådant värde att de typiskt sett medför påtagliga risker för att de i målet aktuella erbjudandena får bestickningsliknande verkan. Marknadsföringen bör därför bedömas som otillbörlig. Vad Charden anfört om att förfarandet upphört påverkar inte bedömningen.

Med hänsyn till det anförda skall SBPR:s förbudsyrkande bifallas. Förbudet bör dock utformas så att det tydligt avser de premieerbjudanden som förekommer i målet eller liknande erbjudanden med väsentligen samma innebörd.

På Marknadsdomstolens vägnar

Staffan Laurén

Ledamöter: Staffan Laurén, Brita Swan, Ella Nyström, Catharina Andréen, Marianne Reuterskiöld och Anders Stenlund. Enhälligt

Sekreterare: Ann-Charlotte Bragsjö

Rätt avskrift intygar

Monica Stenderup