

MARKNADSDOMSTOLEN

DOM  
2002-10-09

2002:24  
Dnr C 18/01

KÄRANDE

Hästens Sängar AB, 556052-6377, Box 130,  
731 23 KÖPING  
Ombud: advokaten Håkan Borgenhäll och jur.kand.  
Kristian Fredrikson, RydinCarlsten Advokatbyrå AB,  
Box 1766, 111 87 STOCKHOLM

SVARANDE

NMG Nordiska Möbelgrossisten AB, 556594-4179,  
Skillingvägen 2, 175 67 JÄRFÄLLA  
Ombud: advokaten Ola Wälimaa, Baker & McKenzie  
Advokatbyrå KB, Box 5719, 114 87 STOCKHOLM

SAKEN

marknadsföring av sängar

---

DOMSLUT

1. Marknadsdomstolen förbjuder NMG Nordiska Möbelgrossisten AB vid vite av fyrahundratusen (400 000) kr att vid marknadsföring av sängar använda det rutmönster på sängar eller madrasser som framgår av domsbilaga.
2. NMG Nordiska Möbelgrossisten AB förpliktas att ersätta Hästens Sängar AB för dess rättegångskostnader med fyrtioåttatusentvåhundraåttiofyra (48 284) kr, varav 35 000 kr avser ombudsarvode. På beloppet 48 284 kr skall utgå ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker.

## YRKANDEN, M.M.

Hästens Sängar AB (Hästens) har yrkat att Marknadsdomstolen förbjuder NMG Nordiska Möbelgrossisten AB (NMG) att vid marknadsföring av sängar i första hand

1. vid vite om 200 000 kr för varje överträdelse använda
  - a) annonsen som framgår av domsbilaga eller annan bildframställning som på väsentligen samma sätt utnyttjar det renommé som tillkommer Hästens och
  - b) ruttmönster på sängar eller madrasser enligt vad som framgår av domsbilaga (domsbilagan utgörs av en svartvit kopia av ingiven annons)

### i andra hand

2. vid vite om 200 000 kr använda den marknadsföring som påtalats under 1 a) – b).

NMG har bestritt yrkande 1 men medgett yrkande 2.

Parterna har yrkat ersättning för sina rättegångskostnader.

Marknadsdomstolen har den 16 oktober 2001 meddelat ett interimistiskt förbud för NMG vid vite av 200 000 kr att vid marknadsföring av sängar använda det ruttmönster på sängar eller madrasser som framgår av protokollsbilagan till beslutet.

## PARTERNAS TALAN

Parterna har anfört i huvudsak följande.

### Hästens

Hästens tillverkar och säljer sängar och sängtillbehör bl.a. under varumärkena Hästens och Hästens Sängar. Hästens industriella sängtillverkning startade år 1917. Bolaget har alltid strävat efter att uppnå högsta kvalitet och hållbarhet. Hästens har använt sina kännetecken i mycket stor omfattning i reklam i såväl rikstäckande dags-, vecko- och månadspress som i TV-reklam. Marknadsundersökningar har visat att kännedomen om Hästens och bolagets sängar är mycket hög, bl.a. en undersökning utförd av IMU-Testologen år 1997. Den höga kännedomen om Hästens och utseendet på dess produkter framgår även av en undersökning utförd år 2000 av Brand Eye AB, liksom av två TEMO-undersökningar genomförda år 1997.

Hästens har lyckats etablera ett mycket gott renommé som en av de ledande sängtillverkarna. Den medvetna satsningen på att öka kännedomen om sin verksamhet och sina varukännetecken samt den nämnda kvalitetsinriktningen har medfört att Hästens kännetecken besitter ett mycket högt kommersiellt värde. Hästens kännetecken är bolagets absolut viktigaste och mest värdefulla tillgång.

Ett väsentligt moment i Hästens profil och kännetecken är det rutmönster, Hästensrutan, som förekommer på sängarna. Rutmönstret, det s.k. Gripsholmsmönstret, förekommer i olika färger. Vanligast, särskilt i marknadsföringen, är rutmönstret i blått. Rutmönstret exponeras konsekvent vid all marknadsföring.

NMG bedriver verksamhet som återförsäljare av möbler från flera olika möbeltillverkare, bl.a. blåvitrutiga sängar. Bolaget har inte någon fast affärslokal. Marknadsföringen sker i stället ambulerande på det sättet att man låter transportera utställningsexemplar av olika möbler med en lastbil till olika orter i Sverige. En eller två dagar före ankomsten till en ort har man låtit införa en annons i en lokal eller regional dagstidning. Den plats som anges i annonsen är den plats, ofta en stor samlingslokal som Folkets hus eller foajén i någon offentlig byggnad, där man kommer att ställa ut möblerna. Dessa placeras ut och visas för allmänheten. Någon eller några personer som uppehåller sig i lokalen agerar som försäljare. De möbler som visas är till salu och säljs på plats.

Hästens kan sägas ha ett mycket gott renommé som sängtillverkare. Bolagets kännetecken är väl inarbetade. Dessa, däribland Hästensrutan och sängar klädda i detta tyg, förknippas med bolagets produkter vilka kännetecknas av hög kvalitet och exklusiv karaktär. De sängar som avbildats i de påtalade annonserna företer uppenbara likheter med Hästens sängar eftersom de är klädda i ett tyg som är till förväxling likt Hästensrutan.

Genom att använda ett rutmönster som på ett långtgående sätt efterliknar Hästens rutmönster drar NMG fördel av – snyltar på – det kommersiella anseende och den dragningskraft som Hästens har i den svenska sängbranschen och som byggts upp genom mångåriga ansträngningar. NMG försöker härigenom lyfta image och anseende hos de egna sängarna, vilka säljs till ett betydligt lägre pris. En presumtiv sängköpare får intrycket att sängarna är av en kvalitet som motsvarar de betydligt bättre kända Hästens-sängarna. Genom att på detta sätt förespegla en anknytning mellan de marknadsförda sängarna och Hästens produkter drar NMG nytta av Hästens renommé. Således utnyttjar NMG det uppmärksamhetsvärde och de associ-

ationer som är förknippade med Hästens sängar. Anknytningen till Hästens produkter ger återförsäljaren en "kvalitetsstämpel". Detta riskerar att erodera Hästens förtroende på marknaden och skada bolagets renommé. Förfarandet utgör, på samma sätt som Marknadsdomstolen fastslagit i avgörandet MD 2000:25, renomménsnyltning enligt 4 § marknadsföringslagen (1995:450), MFL.

Efter att stämningsansökan ingetts till Marknadsdomstolen har NMG låtit införa ett stort antal annonser. Marknadsföringen bedrivs numera i två olika delar av landet samtidigt och har alltså utökats väsentligt även ur geografisk synpunkt. De skador som uppstår på grund av NMG:s otillbörliga marknadsföring står i direkt proportion till marknadsföringsåtgärdernas omfattning, avseende såväl geografisk utbredning som frekvens.

NMG:s sängar försäljs under sådana former som förekommer vid s.k. counterfeiting. Beteendet är känt från upphovs- respektive varumärkesrättens område där kända varumärken eller upphovsrättsliga verk utnyttjas för försäljning av billigare kopior. Ofta sker försäljningen såsom i fallet med NMG genom ambulerande och tillfälliga försäljningsställen. Eftersom NMG i stor omfattning även annonserar i dagspress blir skadorna mer omfattande än vid traditionell counterfeiting. En dubbelsäng (160x200 cm) från NMG utbjuds till ett pris om ca 3 000 kr. De exklusiva och högkvalitativa sängarna från Hästens utbjuds för mer än tio gånger detta pris. Det är således uppenbart att NMG ägnar sig åt en utpräglad och flagrant snyltning på Hästens välkända kännetecken.

#### Löpande vite

Det finns, med beaktande av NMG:s uppträdande före och under det pågående målet, anledning att förena ett förbud med löpande vite. NMG vidhöll sin marknadsföring oförändrad under hela sommaren 2001, trots att bolaget var medvetet om Hästens inställning. Marknadsföringen pågick sedan på samma sätt och med hög intensitet under målets handläggning vid Marknadsdomstolen fram till dess det interimistiska förbudet meddelades. Detta torde utgöra skäl för misstanken att NMG inte kommer att efterleva ett förbud. Ett annat skäl till sådan misstanke är att NMG redan i början av november 2001 uppenbart överträdde det interimistiska förbudet vid inte mindre än tre tillfällen. NMG har således redan medverkat till upprepade överträdelser, och det finns därför skäl att befara att så kan ske igen. Syftet med ett löpande vite i marknadsföringsmål måste vara att utgöra ett kraftfullt incitament till att

undvika misstag, av större eller mindre omfattning. Ett sådant incitament synes nödvändigt i NMG:s fall.

### NMG

Det saknas skäl att förelägga ett löpande vite. Ingivandet av stämningsansökan mot NMG har inte lett till att marknadsföringen intensifierades. NMG är ett ungt bolag under utveckling och expanderar kontinuerligt. Att annonseringen är låg under sommarmånaderna och sedan ökar på hösten är inget anmärkningsvärt eftersom köparna samt NMG:s säljare befinner sig på semester under sommarmånaderna. Sedan sker en viss eftersläpning på grund av den tid det tar att få en annons införd. NMG:s verksamhet har inte upphört. Under november 2001 infördes t.ex. 22 annonser vid 37 olika tillfällen. Annonseringen fortgår alltså, men naturligtvis med andra produkter än de i målet aktuella, med i princip samma intensitet som tidigare.

### Löpande vite

Det föreligger ingen risk att NMG i dagsläget skulle införa annonser eller annars marknadsföra de i målet aktuella produkterna. Det under 1 yrkade vitet om 200 000 kr per överträdelse skulle få orimliga konsekvenser.

### ÅBEROPAD BEVISNING

Hästens har åberopat

1. en annons införd i Norrtelje Tidning den 5 juli 2001,
2. Hästens produktkatalog,
3. två marknadsundersökningar utförda av IMU-Testologen år 1997 och av Brand Eye AB under våren 2000,
4. två TEMO-undersökningar utförda hösten 1997 och
5. en SIFO-undersökning utförd år 1997.

### DOMSKÄL

Målet gäller NMG:s användande av ett blåvitt rutmönster som utstyrsel på sängar. Marknadsföring har skett genom annonsering i lokal och regional dagspress. Hästens har gjort

gällande att NMG:s användning av rutmönstret på sängarna innebär otillåten renommésnyltning.

För att renommésnyltning skall anses föreligga förutsätts att en näringsidkare i sin marknadsföring obehörigen anknyter till en annan näringsidkares verksamhet, produkter, kännetecken eller liknande. Ytterligare ett villkor för att ett förfarande skall kunna innebära renommésnyltning är att det som utnyttjas är väl känt på marknaden så att det förknippas med den andre näringsidkaren enligt vad som angetts. Förfaranden av detta slag kan strida mot generalklausulen i 4 § MFL och det otillbörliga i dessa fall består i att "den snyltande" till sin ekonomiska fördel utnyttjar det värde som ligger i en positiv föreställning hos konsumenterna vilken skapats genom insatser av den andre näringsidkaren. Ett sådant utnyttjande är typiskt sett också ägnat att i en eller annan form skada den utsatte näringsidkaren och försämra konsumenternas marknadsöverblick.

I förevarande mål är det fråga om användning av ett blåvitt rutmönster som utstyrsel på sängar. Som Marknadsdomstolen funnit i avgörandet MD 2000:25 (Hästens mot Skeidar Möbler & Interiör AB) har det aktuella rutmönstret (det s.k. Gripsholmsmönstret) genom Hästens omfattande marknadsföringsåtgärder, särskilt under 1990-talet, väckt uppmärksamhet och blivit välkänt bland allmänheten samt som sängutstyrsel fått en ny aktualitet och ett nytt innehåll. Av utredningen i avgörandet MD 2000:25 framkom att rutmönstret oftast av konsumenterna uppfattades som ett kännetecken för Hästens sängar. NMG:s marknadsföring av sängar med ett likartat rutmönster har stark anknytning till Hästens rutmönster och associerar till detta. Därigenom utnyttjar NMG kommersiellt ett uppmärksamhetsvärde som Hästens får anses ha skapat hos konsumenterna. NMG:s marknadsföring med användande av ett likartat rutmönster som Hästens utgör därför renommésnyltning enligt 4 § MFL.

Till följd av det anförda skall förbud meddelas mot den påtalade marknadsföringen utformat som ett förbud för NMG att vid marknadsföring av sängar använda det rutmönster på sängar och madrasser som framgår av domsbilaga. Tillräckliga skäl att förena förbudet med löpande vite föreligger inte.

## Rättegångskostnader

Vid angivna utgång är Hästens berättigat att erhålla ersättning för sina rättegångskostnader. Ersättningen bör bestämmas till 48 284 kr, varav ett som skäligt ansett belopp om 35 000 kr avseende ombudsarvode och med yrkat belopp 13 284 kr avseende utlägg.

På Marknadsdomstolens vägnar

C H Fallenius

Ledamöter: Christer Fallenius, ordförande, Ingegerd Westlander, Per Eklund, Per-Olof Edin, Sten Nyberg, Marianne Reuterskiöld och Anders Stenlund. Enhälligt

Sekreterare: Paul Katai