

KÄRANDE

AB LivsHälsa medvetandeutveckling, 556511-4112,
Torstenssonsgatan 3, 114 56 STOCKHOLM
Ombud: dr. Henning Witte, Villagatan 13 B,
114 32 STOCKHOLM

SVARANDE

1. E. D., c/o Regus Business Center AB,
Stureplan 4 C, 114 35 STOCKHOLM
2. HDT International Ltd, reg.nr. 3513234, c/o Regus
Business Center AB, Stureplan 4 C,
114 35 STOCKHOLM

SAKEN

marknadsföring av te

DOMSLUT

1. Marknadsdomstolen förbjuder E. D. och HDT International Ltd vid vite av fyrahundratusen (400 000) kr att på sätt som skett genom det sista av de påtalade breven till Hälsokostcentralen, dagtecknat den 29 juni 2001, eller på väsentligen samma sätt uppmana AB LivsHälsa medvetandeutvecklings kunder att sluta sälja Drakens Gröna Te.
2. Marknadsdomstolen lämnar AB LivsHälsa medvetandeutvecklings yrkanden under b) – c) utan bifall.
3. Vardera parten skall bära sina rättegångskostnader.

YRKANDEN, M.M.

AB LivsHälsa medvetandeutveckling (LivsHälsa) har yrkat att Marknadsdomstolen förbjuder E. D. och HDT International Ltd (HDT) vid vite av 500 000 kr för varje överträdelse att vid marknadsföring av te

- a) själv eller via advokat tillsända LivsHälsas kunder brev med uppmaningen att sluta sälja Drakens Gröna Te,
- b) själv eller genom advokat ringa upp LivsHälsas kunder och hota med repressalier ifall de fortsätter att sälja Drakens Gröna Te och
- c) sprida påståendet att HDT:s te innehåller något annat än Drakens Gröna Te.

E. D. och HDT har bestritt LivsHälsas talan.

Parterna har yrkat ersättning för sina rättegångskostnader.

PARTERNAS TALAN

LivsHälsa

År 1994 blev LivsHälsa rekommenderad av en svensk läkare med sydamerikanskt ursprung att undersöka om bolaget kunde börja arbeta med en speciell ört som läkaren ansåg var allmänt hälsofrämjande. Örten heter Ilex paraguariensis på latin, holly Paraguan på engelska och Paraguanisk järnek på svenska. I Sydamerika är det vanliga namnet yerba mate (fritt översatt till svenska: örtte) eller bara mate. Örten kallas ibland även för Paraguay Tea och South American Holly eller endast holly. För att tydliggöra vilken typ av holly LivsHälsa tillhandahåller tar man även med S:t Hilaire eller S:t Hillaire som är namnet på den man som först klassificerade denna speciella form av holly. Således är det namn som LivsHälsa deklarerar som ingrediens i sin produkt, dvs. S:t Hillaire Holly, väl förankrat. Detta framgår t.ex. av ett intyg som LivsHälsa inhämtat från Organizacion Internacional Agropecuaria (OIA) dvs. den myndighet i Argentina som handhar granskning och kontroll av ekologiskt odlade produkter. År 1996 rekommenderade nyssnämnda läkare LivsHälsa att köpa råvaran från odlingar som enligt hans förmenande höll mycket hög kvalitet. LivsHälsa kontaktade då producenten som hänvisade LivsHälsa till HDT och ett samarbete inleddes. LivsHälsa blev generalagent för HDT:s produkt i Sverige.

LivsHälsa har inarbetat och marknadsfört HDT:s te i Sverige. Samarbetet med HDT fungerade till en början bra men efter hand inträffade flera saker som gjorde LivsHälsa osäker inför kommande samarbete. HDT underlät att ge LivsHälsa en skriftlig bekräftelse på att LivsHälsa är generalagent för HDT i Sverige, trots att LivsHälsa haft den funktionen i praktiken i flera år. LivsHälsa fick veta av HDT att man måste öka sin försäljning för att erhålla sådant kontrakt. Denna uppmaning upprepades ett flertal gånger under två till tre år. Under tiden den 11 maj 1997 – den 20 november 1998 chockhöjde HDT priset på lösviktste från 30 kr/kg till 108 kr/kg, förmodligen för att eliminera mellanledet i Sverige och i stället börja sälja direkt till kunderna. Stora problem uppstod med upp till fem månaders förseningar av förbetalade leveranser från HDT. Vid upprepade tillfällen utfäste HDT löften om marknadsföringsstöd i form av TV-reklam och dyl. Dessa löften infriades emellertid aldrig. Missnöjet med HDT från LivsHälsas sida växte och en marknadsföringskonsult gav LivsHälsa rådet att avsluta samarbetet med HDT, bl.a. på grund av att det var riskabelt att lägga ner så mycket arbete utan att ett bindande skriftligt kontrakt mellan LivsHälsa och HDT förelåg. LivsHälsa påbörjade då utvecklingen av ett nytt varumärke med en likadan råvara. Resultatet har, enligt mångas åsikt, blivit ett vackert och starkt varumärke för en produkt som dessutom är KRAV-märkt.

För HDT och dess innehavare E. D. synes LivsHälsas produkt Drakens Gröna Te utgöra en allvarlig konkurrent. I syfte att oskadliggöra konkurrenten LivsHälsa har HDT vidtagit en rad marknadsföringsåtgärder som strider mot god marknadsföringssed. I mitten av december 2000 erhöll LivsHälsa från E. D:s engelska advokatbyrå A.A. Thornton & Co uppmaningen att upphöra med att använda E. D:s varumärke ”St. Hill Holly Herbal Digestive Tea – H.D.T.” Enligt E. D. gjorde LivsHälsa intrång på varumärket genom att förse ingrediensens beteckning ekologiskt odlad järnek inom parentes med den liktydiga beteckningen ”S:t Hillaire Holly Herbs”. Vid denna tidpunkt använde HDT en annan förpackning. Skillnaden mellan denna och den aktuella förpackningen bestod bl.a. i att HDT:s varumärke var mindre framträdande. Det var först senare under år 2001 som den nuvarande förpackningen började användas. Namnet på en ingrediens, i det här fallet ”S:t Hillaire Holly Herbs”, går emellertid inte att skydda som varumärke. Först under våren 2002 har en stämningsansökan mot LivsHälsa angående varumärkesintrång ingivits till Stockholms tingsrätt.

Det finns ingen risk att kunder blandar ihop HDT:s te och Gröna Drakens Te eftersom förpackningarna är helt olika och varumärket Drakens Gröna Te skiljer sig avsevärt från HDT. LivsHälsa är dessutom enligt lag tvungen att ange teets innehåll. LivsHälsas produkt har erhållit KRAV-märkning, vilket förutsätter att strikta regler och normer föreskrivna av OIA och KRAV efterlevs. Dessa normer rör hela produktionskedjan och innefattar bl.a. odling, skörd, hantering och tillåter ej användning av konstgödsel och skadliga bekämpningsmedel. Drakens Gröna Te är samma slags produkt som HDT:s te och därför har båda förpackningarna i princip samma beteckning på ingredienserna, dvs. "S:t Hillaire Holly Herbs" (LivsHälsa) och "St. Hill Holly herbs" (HDT).

Den 19 april 2001 erhöll några av LivsHälsas kunder, bl.a. Wayne's Coffee Shop, ett faxmeddelande från A.A. Thornton & Co i vilket det påstods att LivsHälsa gjort sig skyldigt till varumärkesintrång. Faxmeddelandet följdes den 13 juni 2001 av ett hotelsebrev. I brevet uppmanades Wayne's Coffee Shop att omedelbart sluta sälja Drakens Gröna Te från LivsHälsa. Dessutom mottog Wayne's Coffee Shop hotfulla telefonsamtal och brev från den engelska advokatbyrån. Hälsokostcentralen AB, LivsHälsas mest betydelsefulla kund, har erhållit fem hotelsebrev med motsvarande innehåll. Ytterligare en av de största grossisterna på hälsokostmarknaden har erhållit brev från den engelska advokatbyrån vilket föranlett denna betydelsefulla kund att tills vidare inte köpa mer av Drakens Gröna Te.

Många andra av LivsHälsas kunder har erhållit brev med samma lydelse. Bl.a. bekräftas detta av butikschefen för ICA Banér i Stockholm. Denne har också mottagit telefonsamtal från E. D. som uppgett att hon fått kundinformationen från en person som tidigare har arbetat hos LivsHälsa och olovligen medfört LivsHälsas kundregister. Denna information har missbrukats av HDT till LivsHälsas nackdel. Någon stämningsansökan mot LivsHälsas återförsäljare har emellertid inte ingivits.

HDT:s uppgifter om hur dess te tas fram och att det innehåller andra ingredienser än LivsHälsas produkt är oriktiga. I så fall skulle detta anges under rubriken Ingredienser men så är inte fallet. Dessa argument har använts för att på ett oriktigt sätt hävda fördelar gentemot LivsHälsas produkt. Förfarandet måste anses utgöra vilseledande marknadsföring och en otillbörlig jämförelse.

Spridningen av desinformation om intrång i E. D:s varumärke samt hotelsebrev om att LivsHälsas kunder skulle bötfällas med stora belopp om de fortsätter att sälja Drakens Gröna Te strider mot 4 § marknadsföringslagen (1995:450) (MFL). Marknadsdomstolen har i sitt avgörande MD 1999:28 bedömt liknande påståenden i ett s.k. varningsbrev till återförsäljare som otillbörliga enligt MFL. Påståendena i breven i förevarande mål, som sänts direkt till viktiga kunder, bör bedömas på motsvarande sätt.

LivsHälsas kunder har upplevt det som mycket obehagligt att utsättas för de aktuella hotelserna och den negativa påverkan. Flera av LivsHälsas kunder har övervägt att inte göra affärer med LivsHälsa för att inte utsättas för tråkigheter, vilket är vad HDT önskat åstadkomma. Åtgärder har redan tillfogat LivsHälsa allvarliga goodwillskador och risken är överhängande att vissa kunder helt bryter kontakten med LivsHälsa. Påståendet om att HDT:s te innehåller tillsatser som gör att det är bättre än Drakens Gröna Te måste dessutom anses utgöra en vilseledande jämförelse och är därmed att anse som otillbörlig enligt 8 a § MFL.

HDT synes endast vara ett postlådeföretag i England. På HDT:s förpackning står emellertid ett kontakttelefonnummer i Sverige. Telefonnumret går till kontorshotellet Regus Business Center AB.

HDT

I november 2000 fick HDT kännedom om att LivsHälsa distribuerade oriktiga och nedsättande skrifter till HDT:s kunder och återförsäljare i Sverige angående HDT och HDT:s te. LivsHälsa har också kontaktat olika myndigheter och organisationer och spritt nedsättande uppgifter om HDT. Den första kontakten med LivsHälsa togs av HDT:s engelske advokat som fick intryck av att LivsHälsa inte kände till den varumärkesrättsliga lagstiftningen. Emellertid gjorde HDT genom sin engelske advokat försök att nå en uppgörelse med LivsHälsa. Advokatens åtgärd att skicka brev till bl.a. Wayne´s Coffee Shop och ICA Banér med uppmaning att inte fortsätta medverka till intrång i E. D:s skyddade rätt till sitt varumärke ”St. Hill Holly Herbal Digestive Tea – H.D.T.” utgör inte någon marknadsföringsåtgärd. Det är en helt normal åtgärd för att bevaka sina rättigheter i enlighet med den varumärkesregistrering E. D. innehar.

LivsHälsas och HDT:s te är inte desamma. LivsHälsas te består av en tesort som skördats utan särskild särskilning och som preparerats genom torkning i ugn. Teet har inte tillåtits genomgå en naturlig mognadsprocess. På samma sätt som man inte kan jämföra ett årgångsvin med ett ungt vin enbart på grund av att de härrör från samma slags vindruvor gäller samma princip beträffande kvaliteten på olika tesorter. LivsHälsas te är en ordinär typ av grönt te, typ Yerba Mate. KRAV-märkning garanterar inte kvaliteten hos en tesort endast ursprunget.

HDT:s te består av en blandning som är sammansatt av teblad som växer på olika buskar och som mognat under skilda betingelser och uppnått olika växtmognadsgrad. HDT:s te har torkats och lagrats under naturliga förhållanden under 30-36 månader för att uppnå särskild kvalitet och smak. Därutöver innehåller vissa av HDT:s teer andra örter och smakämnen. HDT:s registrerade varumärke ”St. Hill Holly Herbal Digestive Tea – H.D.T.” används av HDT som varumärke för HDT:s olika tesorter med dessa särskilda egenskaper.

LivsHälsa har låtit en person gå runt i olika affärer och fråga efter Drakens Gröna Te. När personalen, som inte känt till detta te, i stället erbjudit HDT:s te har personen i fråga sagt att HDT:s te var en kopia av Drakens Gröna Te som denne inte ville ha. På LivsHälsas vägnar har också personer ringt till vissa av de butiker som säljer HDT:s te och berättat att de blivit sjuka av att dricka detta te. Demobolaget Sverige AB, som organiserat demonstrationer av HDT:s te, har aldrig blivit ombett av HDT att jämföra ”St. Hill Holly herbs” med någon annan produkt eller att uttala sig nedsättande om LivsHälsa eller andra företag och dess produkter. HDT har inte mottagit några negativa reaktioner eller klagomål från konsumenterna angående den marknadsförda produkten.

Sammantaget har de av LivsHälsa vidtagna åtgärderna medfört allvarliga konsekvenser för HDT:s affärsverksamhet. LivsHälsa har med otillbörliga metoder konkurrerat ut HDT från marknaden. Det finns ingen omständighet som styrker att vare sig E. D. personligen eller HDT har brutit mot MFL:s regler. HDT har nu väckt talan mot LivsHälsa angående varumärkesintrång. Att så inte skett tidigare beror på bristande ekonomiska resurser.

Sedan någon tid tillbaka har LivsHälsa en ny förpackning för Drakens Gröna Te. På denna anges under rubriken Ingredienser ”Ilex Paraguariensis St. Hilaire” i stället för som tidigare ”S:t Hilaire Holly Herbs”. Enligt HDT tyder denna förändring på att LivsHälsa i viss mån tagit till sig HDT:s påstående om varumärkesintrång. LivsHälsas agerande måste uppfattas

som att LivsHälsa utnyttjat HDT:s varumärke till att komma in på marknaden för att därefter ta tillbaka och ändra det. En namnändring som knappast uppmärksammas av konsumenterna.

LivsHälsa

LivsHälsa kan inte sägas ha ändrat produktens namn utan anger nu endast det latinska namnet. LivsHälsa har förändrat sin förpackning för att kunna använda den i fyra olika länder utan översättning.

ÅBEROPAD BEVISNING

På begäran av LivsHälsa har M. L., Wayne´s Coffee Shop, K. H., ICA Banér och E. L., Hälsokostcentralen AB, hörts som vittnen.

M. L.: LivsHälsa är en av Wayne´s Coffee Shops teleleverantörer. Företaget köper Drakens Gröna Te från LivsHälsa. Wayne´s Coffee Shop har mottagit både hotfulla faxmeddelanden och telefonsamtal från A.A. Thornton & Co på uppdrag av E. D. Faxmeddelandena och telefonsamtalen gällde negativa påståenden om Drakens Gröna Te och LivsHälsa. Det kändes obehagligt att ta emot dessa och företaget övervägde att upphöra med försäljningen av produkten om det skulle innebära problem för företaget att fortsätta försäljningen av produkten. Hon upplevde inte det inträffade som direkt hotfullt utan snarare som anmärkningsvärt med utomstående som ringde och faxade. Produkten är inte av så stor betydelse för företaget att det skulle vara värt besväret att behöva bli indragen i en rättsprocess. Efter kontakter med LivsHälsa har företaget förstått att det är en rättstvist mellan HDT och LivsHälsa och att företaget kan fortsätta att saluföra Drakens Gröna Te.

K. H.: Han är butikschef för ICA Banér i Stockholm. Butiken köper Drakens Gröna Te från LivsHälsa men har tidigare även köpt grönt te från bl.a. HDT. Han har mottagit såväl telefonsamtal som faxmeddelanden från A.A. Thornton & Co med hot om böter om han fortsatte att försälja Drakens Gröna Te eftersom det innebar intrång i ett skyddat varumärke som innehades av HDT. Han kontaktade LivsHälsa som förklarade bakgrunden till tvisten mellan bolaget och HDT och att försäljningen av Drakens Gröna Te inte var olaglig. Han upplevde inte telefonsamtalen och faxmeddelandena som direkt hotfulla.

E. L.: Hon arbetar som inköpare på Hälsokostcentralen AB i Malmö. Bolaget är marknadsledande grossist inom hälsokostbranschen i Sverige men driver inga egna varumärken. Hon är kontaktman för LivsHälsa vars te finns i bolagets sortiment. I december 2000 kom det första faxmeddelandet från A.A. Thornton & Co där man på uppdrag av E. D. upplyste om att varumärket ”St. Hill Holly Herbal Digestive Tea – H.D.T.” var registrerat på henne samt att deras klient drev frågan mot LivsHälsa angående ingrediensförteckningen på LivsHälsas te, där det står ”S:t Hillaire Holly Herbs”. I januari 2001 kom på nytt det första faxmeddelandet, men med nytt datum. I april 2001 kom ett nytt faxmeddelande i vilket meddelades att E. D. ämnade inleda en process mot LivsHälsa. Nästa faxmeddelande kom den 7 juni 2001 med en uppmaning att sluta sälja Drakens Gröna Te senast den 21 juni 2001. Det sista brevet med hot om repressalier var dagtecknat den 29 juni 2001.

DOMSKÄL

Målet gäller s.k. varningsbrev som utsänts av en engelsk advokatbyrå på uppdrag av E. D. till vissa av LivsHälsas kunder. Några av breven innehåller påståenden om att LivsHälsa skulle ha gjort sig skyldigt till varumärkesintrång. I andra brev har kunderna bl.a. uppmanats att snarast sluta sälja Drakens Gröna Te från LivsHälsa (yrkande a). Vidare har LivsHälsa gjort gällande att kunder mottagit telefonsamtal från såväl den engelska advokatbyrån som från E. D. med hot om repressalier om de fortsätter att sälja Drakens Gröna Te (yrkande b) samt att HDT i sin marknadsföring påstått att HDT:s te innehåller något annat än Drakens Gröna Te (yrkande c).

Yrkande a)

E. D. har hävdats att de brev som skickats till LivsHälsas kunder inte utgör någon marknadsföringsåtgärd utan endast är ett sätt att skydda hennes varumärke.

Utsändande av s.k. varningsbrev kan vara att bedöma som en marknadsföringsåtgärd i marknadsföringslagens (MFL) mening, t.ex. om de har till syfte att förmå någon att upphöra med försäljningen av en vara och detta i sin tur kan gynna försäljningen av den egna varan (jfr MD 1999:28).

Av tidigare avgöranden, bl.a. MD 1988:6 och 1994:25, framgår vidare att Marknadsdomstolen intagit den ståndpunkten att den marknadsrättsliga bedömningen sker fristående från immaterialrättsliga överväganden och att ett förbud enligt MFL inte kan meddelas på den grunden att ett förfarande utgör t.ex. varumärkes- eller patenträttsintrång. Motsvarande bedömning har gjorts när det gäller upphovsrättsliga tvister (se MD 1999:28). Domstolen tar således inte ställning i tvister av sådana slag eller till den i sådana tvister förekommande användningen av varningsbrev i sig utan prövar endast frågan om den påtalade marknadsföringsåtgärden är otillbörlig enligt MFL.

I målet förekommer sammantaget åtta brev och faxmeddelanden, dels ett till ICA Banér, dagtecknat den 13 juni 2001, dels två till Wayne´s Coffee Shop, dagtecknade den 19 april och den 13 juni 2001, dels fem till Hälsokostcentralen, dagtecknade den 20 december 2000 samt den 17 januari, den 19 april, den 7 och den 29 juni 2001.

Breven är författade på engelska språket och har som avsändare E. D:s och, som får förstås, även HDT:s engelska ombud, advokatfirman A.A. Thornton & Co.

De inledningsvis utskickade breven, varmed avses det enda brevet till ICA Banér, det första brevet till Wayne´s Coffee Shop, samt de tre första breven till Hälsokostcentralen AB, innehåller i huvudsak information om att E. D. innehar varumärket ”St. Hill Holly Herbal Digestive Tea – H.D.T.”, att LivsHälsas utnyttjande av detta varumärke synes utgöra ett intrång beträffande vilket E. D. avsåg att inleda en rättsprocess mot LivsHälsa, att HDT var det enda företag som fick använda ”St. Hill Holly” samt att te med detta märke endast lagligen kan köpas från HDT.

Två av de senare utskickade breven, dvs. det andra till Wayne´s Coffee Shop och brevet till Hälsokostcentralen, dagtecknat den 7 juni 2001, innehåller både ett konstaterande att rättsliga åtgärder mot mottagarna av breven är det enda alternativet för det fall deras marknadsföring av Drakens Gröna Te inte upphörde samt en direkt uppmaning till mottagarna att sluta sälja detta te senast vid ett visst näraliggande datum. Det sista brevet till Hälsokostcentralen, slutligen, talar om problem med skadestånd som Hälsokostcentralen skulle kunna drabbas av vid en rättegång samt en ny uppmaning att dra tillbaka den ifrågavarande produkten för att undvika att en process inleds mot Hälsokostcentralen.

Vad först angår frågan om breven utgör marknadsföringsåtgärder som kan prövas enligt MFL tar Marknadsdomstolen särskilt fasta på den information som lämnas i de inledningsvis utskickade breven om ensamrätten för HDT att sälja te med märket ”St. Hill Holly” som ingår i E. D:s innehavda varumärke. Det står klart att syftet med breven varit att förmå mottagarna att sluta sälja Drakens Gröna Te med angivande av ingrediensen ”S:t Hilliare Holly Herbs” på förpackningen. Detta tillsammans med vad som i övrigt framkommit får i sin tur anses främja försäljningen av E. D:s och HDT:s te med vilket Drakens Gröna Te konkurrerade. Marknadsdomstolen bedömer att breven kan prövas enligt MFL.

Livshälsa har gjort gällande att breven inte stämmer överens med god marknadsföringssed och därigenom står i strid mot 4 § MFL.

Marknadsdomstolen gör följande bedömning i fråga om breven.

Vad först beträffar de som ovan betecknats som de inledningsvis utskickade breven finner Marknadsdomstolen inte dessa vara så onyanserade och långtgående i sina formuleringar att de kan anses otillbörliga och därmed strida mot god affärssed.

Det andra brevet till Wayne´s Coffee Shop och brevet till Hälsokostcentralen, dagtecknat den 7 juni 2001, innehåller ett mera uttalat hot om rättsliga åtgärder för det fall de fortsatte att marknadsföra Drakens Gröna Te. Även om breven därigenom är skarpare i sitt påstående om varumärkesintrång är de enligt Marknadsdomstolens mening inte så onyanserade och långtgående att de kan anses otillbörliga och därmed strida mot god affärssed.

Vad angår det sista av de påtalade breven till Hälsokostcentralen, dagtecknat den 29 juni 2001, gör Marknadsdomstolen däremot en annan bedömning.

Brevet, vari inledningsvis konstateras att Hälsokostcentralens försäljning av den ifrågavarande varan innebär varumärkesintrång i lika hög grad som LivsHälsas tillverkning och marknadsföring av den påtalade varan, ger också tydligt uttryck för att Hälsokostcentralen står inför betydande problem om inte LivsHälsa håller Hälsokostcentralen skadeslös i den rättsprocess om varumärkesintrång som kommer att äga rum. Brevet innehåller även en förnyad anmodan att sluta marknadsföra Drakens Gröna Te för att undvika en rättsprocess.

Genom de skarpa formuleringar som brevet innehåller får också påståendet om varumärkesintrång en helt annan tyngd än vad som är fallet i de tidigare breven. Detta förstärks av att brevet följer nära inpå det föregående, tidigare i juni, utsända brevet, som i enlighet med vad som sagts ovan också innehöll förhållandevis skarpa påståenden. Enligt Marknadsdomstolens mening ger inte omständigheterna i målet tillräckligt stöd för ett så bestämt påstående om varumärkesintrång i kombination med det sålunda uttalade hotet om rättsliga åtgärder och skadestånd. Påståendet blir därmed alltför onyanserat och långtgående och är därför att bedöma som otillbörligt och i strid med god affärssed enligt 4 § MFL.

I enlighet med det sagda bör E. D. och HDT förbjudas att på sätt som skett genom det sista av de påtalade breven till Hälsokostcentralen, dagtecknat den 29 juni 2001, eller på väsentligen samma sätt uppmana AB LivsHälsas kunder att sluta sälja Drakens Gröna Te.

Yrkande b)

Enligt utredningen i målet har E. D. och den engelska advokatbyrån i åtminstone tre fall per telefon kontaktat LivsHälsas kunder med marknadsföringsåtgärder av samma slag som förekommit i de s.k. varningsbreven. Av vad som framkommit i målet kan det emellertid inte ansetts styrkt att de som mottagit telefonsamtalen känt sig hotade på sätt som görs gällande i yrkandet. Den påtalade marknadsföringen kan således inte anses otillbörlig enligt MFL.

Yrkande c)

LivsHälsa har gjort gällande att E. D. och HDT spritt påståenden om att deras produkt innehåller andra ingredienser än Drakens Gröna Te och att marknadsföringen innebär en otillbörlig jämförelse och därmed är vilseledande enligt 8 a § MFL. I målet har inte visats att någon spridning av sådana påståenden har ägt rum. Med hänsyn härtill skall yrkandet därför lämnas utan bifall.

Vite

Det föreligger inte tillräckliga skäl att förena förbudet med ett löpande vite såsom LivsHälsa yrkat.

Rättegångskostnader

Den utgång som målet har fått innebär att parterna får anses ömsom vinnande och förlorande. Kostnaderna för de olika delarna i målet kan inte särskiljas. Vardera parten bör därför bära sina rättegångskostnader.

På Marknadsdomstolens vägnar

C H Fallenius

Ledamöter: Christer Fallenius, ordförande, Jan G Petersson (skiljaktig), Per Eklund, Lars-Gunnar Mattsson, Marianne Reuterskiöld, Anders Stenlund och Barbro Wickman-Parak

Sekreterare: Paul Katai

Jan G Petersson är skiljaktig beträffande motiveringen under a) såvitt avser breven till Wayne´s Coffee Shop den 13 juni 2001 och till Hälsokostcentralen den 7 och den 29 juni 2001 och anför:

Breven till Wayne´s Coffee Shop den 13 juni 2001 och till Hälsokostcentralen den 7 och 29 juni 2001 med varningar, påtryckningar och hot har uttryckligen syftat till att få de återförsäljare som de riktat sig till att upphöra med försäljningen av det konkurrerande teet trots att vad som egentligen är tvistigt endast är huruvida ingrediensangivandet är riktigt eller berättigat eller otillåtet såsom intrång i annans varumärke. En nyanserad upplysning härom måste därför inte nödvändigtvis leda till att återförsäljares försäljning av teet som sådant upphör. HDT/E. D. har för övrigt själv intagit den ståndpunkten att LivsHälsas te och HDT:s te inte är likadana produkter. Med hänsyn härtill är de onyanserade och långtgående uppmaningarna att sluta sälja teet ifråga inte berättigade. De måste i första hand ses mera som ett led i att eliminera försäljningen av en konkurrerande produkt än att få en korrigerande av ett eventuellt varumärkesintrång till stånd och måste därför genom sin osaklighet anses ovederhäftiga och därmed otillbörliga enligt marknadsföringslagen.