

MARKNADSDOMSTOLEN

DOM

2002:26

2002-10-29

Dnr C 3/01

ÖVERKLAGAD DOM

Stockholms tingsrätts, avd. 4, dom 2001-01-11 i mål
T 1082-98, se bilaga (ej bilagd här)

KLAGANDE

1. JD Tankstället Aktiebolag, 556470-0408, Fristadsvägen
138-140, 502 36 BORÅS
2. Handelsbolaget Södra Torgkiosken J o M D., 916450-
2438, Backagårdsgatan 71, 507 60 BORÅS
Ombud för 1-2: advokaten Lars-Erik Ström,
Advokatfirman Konsultbyrån för Marknadsrätt
Malmö AB, Malmö Börshus, 211 20 MALMÖ,
biträdd av advokaten Magnus Friberg, samma adress

MOTPART

Kraft Foods Sverige Aktiebolag, 556013-5203, Allén 7,
172 85 SUNDBYBERG
Ombud: advokaten Peter Skoglund, Advokatfirman
Delphi & Co KB, Box 1432, 111 84 STOCKHOLM

SAKEN

marknadsföring av förmånserbjudande m.m.

DOMSLUT

Marknadsdomstolen lämnar överklagandet utan bifall.

JD Tankstället Aktiebolag och Handelsbolaget Södra Torgkiosken J o M D. skall solidariskt ersätta Kraft Foods Sverige Aktiebolag för dess rättegångskostnader i Marknadsdomstolen med sjuttiotusen (70 000) kronor. På beloppet skall utgå ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker.

YRKANDEN I MARKNADSDOMSTOLEN

JD Tankstället Aktiebolag (nedan Tankstället) och Handelsbolaget Södra Torgkiosken J o M D. (nedan Torgkiosken) har yrkat att Marknadsdomstolen med ändring av tingsrättens dom förbjuder Kraft Foods Sverige Aktiebolag (nedan Kraft) enligt 14 § marknadsföringslagen (1995:450) (MFL) vid vite att i strid med 13 § MFL underlåta att lämna tydlig information om begränsningar avseende omfattning och deltagande vid marknadsföring av förmånserbjudande. Tankstället och Torgkiosken har vidare yrkat att Marknadsdomstolen jämlikt 29 § MFL förpliktar Kraft att till Tankstället och Torgkiosken utge skadestånd med 633 460 kronor jämte ränta till följd av att Kraft i strid med 13 § MFL underlåtit att lämna information om begränsningar avseende omfattning och deltagande i erbjudandet. Tankstället och Torgkiosken har vidare yrkat ersättning för rättegångskostnader såväl vid tingsrätten som i Marknadsdomstolen samt, som det får förstås, befrielse från skyldighet att ersätta motparten för dennes rättegångskostnader vid tingsrätten.

Kraft har bestritt klagandenas ändringsyrkanden och yrkat att tingsrättens dom såvitt nu är ifråga skall fastställas. Kraft har vidare för egen del yrkat ersättning för sina rättegångskostnader i Marknadsdomstolen. Kraft har hävdats att tingsrättens dom i kostnadsdelen inte har överklagats.

TALAN I MARKNADSDOMSTOLEN

Parterna har i allt väsentligt åberopat samma grunder och omständigheter i Marknadsdomstolen som i tingsrätten enligt vad som framgår av tingsrättens dom. Härutöver har parterna anfört bl.a. följande.

Tankstället och Torgkiosken

Målet avser en säljfrämjande åtgärd i Krafts marknadsföring för Marabou Kex. Avsikten var att i målet aktuellt erbjudande skulle vara tillgängligt i butik. Förmånserbjudandet presenterades för Tankställets och Torgkioskens företrädare, J. D., av en säljrepresentant från Kraft.

Tingsrätten har lämnat Tankställets och Torgkioskens talan utan bifall med den motiveringen att det är uppenbart att Krafts marknadsföring riktade sig till konsument. Det utgör därför enligt tingsrätten inte någon brist i marknadsföringen att det inte på kupongen uttryckligen angetts att erbjudandet endast avsåg konsument.

13 § MFL ålägger näringsidkare, som vid marknadsföring erbjuder köpare en förmån, en strikt informationsplikt. Det som gäller för erbjudandet skall uttryckligen anges i informationen. Det finns inte något stöd för att utelämna information. Föreskriften gäller erbjudanden till köpare, dvs. oberoende av om det är en konsument eller en näringsidkare som uppträder som köpare. Bestämmelsen syftar till att säkerställa att mottagaren av ett erbjudande bereds tillgång till erforderlig information för att därvid kunna göra en korrekt bedömning av erbjudandets kommersiella värde. Kraft har underlåtit att lämna information om begränsningar av erbjudandet i den aktuella kampanjen.

Kraft har således genomfört en marknadsaktivitet som involverat butikerna utan att göra klart att dessa inte själva ägde delta i erbjudandet. Kraft har inte lämnat några restriktioner i detta avseende. Erbjudandet har därför kunnat utnyttjas av Tankstället och Torgkiosken. Mot bakgrund av att kampanjen har varit avsedd som ett konkurrensmedel i butikernas egen marknadsföring måste Kraft ha räknat med att den skulle kunna användas som ett sådant konkurrensmedel. Det sätt varpå Tankstället och Torgkiosken har haft för avsikt att utnyttja kampanjens erbjudande avviker inte från det sätt Kraft presenterat det i kampanjen. Användningen av värdecheckar står inte heller i strid med kampanjerbjudandet sådant det presenterats. Utnyttjandet från Tankställets och Torgkioskens sida står inte i strid med kampanjens syfte. Förmånserbjudandet har utgjort ett konkurrensmedel i marknadsföringen för Kraft och också varit tillgängligt för medverkande återförsäljare. Kampanjen har haft till syfte att öka marknadens uppmärksamhet i samband med produktlanseringen och skapa merförsäljning av produkten. Tankställets och Torgkioskens åtgärder har inte motverkat detta.

Kraft har inte infriat sitt förmånserbjudande vilket har medfört skada för Tankstället och Torgkiosken. Kraft har gjort sig skyldig till överträdelse av 13 § MFL och underlåtenheten har skett uppsåtligt eller av oaktsamhet. Adekvat kausalitet råder således mellan bristerna i informationshänseende och den skada som Tankstället och Torgkiosken ådragit sig i samband med utnyttjandet av erbjudandet.

När erbjudandet är begränsat men detta inte anges uppkommer ett vilseledande på grund av informationsbristen. Erbjudandets begränsningar hade genom en enkel formulering kunnat anges. Har sådana begränsningar inte gjorts i informationen så råder adekvat kausalitet mellan den bristande informationen och köparens åtgärder för att komma i åtnjutande av förmånen. Skadan har uppkommit genom att Kraft inte infriat sitt förmånserbjudande.

Kraft

År 1996 lanserade Kraft en ny produkt, Marabou Kex. Målet var att åstadkomma en inbrytning på marknaden för kexchoklad. För att kunna göra detta hade Kraft tagit fram ett traditionellt konsumenterbjudande som presenterades direkt i butiken för konsument med traditionellt säljmaterial. Erbjudandet framgick av en kupong. Det var tydligt genom erbjudandets form, det sätt som det presenterades på, dess karaktär, dess innehåll och den erbjudna förmånen att fråga var om ett erbjudande till konsument. Detaljhandeln, som har stor erfarenhet av erbjudanden av samma eller motsvarande slag, vet erfarenhetsmässigt att den här typen av erbjudanden inte riktar sig till handeln utan till slutkonsumenten. Hösten 1996 var det många som antog erbjudandet. Det var bara Tankstället som utnyttjade det på i målet angivet sätt. Ingen annan har gjort det. Nu aktuellt beteende är inget som Kraft har haft anledning att förutse.

Av formulär som Tankstället använt när det skickat in värdecheckar till Kupongiösen och som kunder utnyttjat vid erbjudandet om köp av choklad framgår att fråga är om konsumenterbjudanden.

Det som skall prövas i Marknadsdomstolen är utformningen av den kupong som utgör bilaga till tingsrättens dom. Företrädare för Kraft har inte lämnat annat besked om förmånserbjudandets innebörd än att detta endast var avsett för enskild konsument. Huruvida annan information lämnats om förmånserbjudandet t.ex. av en säljrepresentant för Kraft påverkar inte bedömningen av förmånskupongen enär sådan information inte är att se som marknadsföring av konsumenterbjudanden. Om Marknadsdomstolen skulle anse att det är fråga om marknadsföring så är det en annan marknadsföringsåtgärd än den som är föremål för talan i målet.

Tankstället och Torgkiosken

Tankställets och Torgkioskens företrädare J. D. har uppgivit att en säljrepresentant från Kraft inte kunde se att det fanns något hinder mot att J. D. samlade in omslagspapperna för kundens räkning. J. D. fick klart för sig av säljrepresentanten att han fick göra på sätt han senare gjorde. Han förevisade också tidningsurklipp av vilka det framgick att han tidigare utnyttjat ett erbjudande från Kraft på ungefär samma sätt som sedan kom att ske i nu aktuellt mål. Av löpsedlar och tidningsurklipp från år 1983 framgår också att förfarandet var känt för Kraft sedan tidigare.

ÅBEROPAD BEVISNING

Tankstället och Torgkiosken har som skriftlig bevisning åberopat ett par svarskuponger avseende kampanjer för Marabou Kex och ett antal tidningsartiklar och löpsedlar.

Kraft har som skriftlig bevisning åberopat bl.a. ”Allmänna bestämmelser för inlösen av rabattkuponger” och redovisningslistor samt ett antal tidningsartiklar och löpsedlar.

Vittnesförhör har på Tankställets och Torgkioskens begäran hållits med R-M. K. och S. O. S. Vid Marknadsdomstolens förhandling i målet har vidare på Krafts begäran tingsrättens bandupptagning av vittnesförhöret med P. B. spelats upp.

DOMSKÄL

I 13 § MFL ges föreskrifter om information vid förmånserbjudanden. Tydlig information skall lämnas om villkoren för att utnyttja ett erbjudande, erbjudandets beskaffenhet och värde samt de tidsgränser och andra begränsningar som gäller för erbjudandet.

Det är ostridigt att den säljfrämjande åtgärden har bestått i kuponger med förmånserbjudanden, avsedda att presenteras för kunder på ett skyltställ ute i butik. Tankstället har i egenskap av återförsäljare medverkat vid genomförandet av den säljfrämjande åtgärden. Marknadsdomstolen finner, i likhet med tingsrätten, att det med beaktande av erbjudandets karaktär, innehåll och form framstår som uppenbart att den köpare som marknadsföringen riktade sig till var den som i butiken inhandlade chokladen. Vad Tankstället och Torgkiosken anfört i

Marknadsdomstolen ger inte anledning till någon annan bedömning. Det saknas därför skäl att meddela förbud enligt MFL. Överklagandet skall lämnas utan bifall.

Vid denna utgång skall Tankstället och Torgkiosken solidariskt utge den av Kraft i Marknadsdomstolen yrkade och av Tankstället och Torgkiosken vitsordade ersättningen för rättegångskostnader.

På Marknadsdomstolens vägnar

C H Fallenius

Ledamöter: Christer Fallenius, ordförande, Ingegerd Westlander, Per Eklund, Jonas Häckner och Lars-Gunnar Mattsson. Enhälligt

Sekreterare: Elisabeth Sundlöf