

KÄRANDE

Hästens Sängar AB, 556052-6377, Box 130,
731 23 KÖPING

Ombud: advokaten Håkan Borgenhäll och jur. kand.
Kristian Fredriksson, RydinCarlsten Advokatbyrå AB,
Box 1766, 111 87 STOCKHOLM

SVARANDE

1. Unistar Oy, reg. nr 307.296, Reumantie 4,
18300 HEINOLA, Finland

Ombud: advokaten J. L., Asianajotoimisto J. L. Oy,
Pl 40, Uolevi Raadenkatu 1, 21101 NAANTALI, Finland

2. Vesor AB, 556546-0911, Olaus Magnus väg 12,
121 40 JOHANNESHOV

3. V. S.

SAKEN

Marknadsföring av sängar

DOMSLUT

1. Marknadsdomstolen förbjuder Unistar Oy, Vesor AB och V. S. vardera vid vite av fyrahundratusen (400 000) kr att vid marknadsföring av sängar använda det rutmönster på sängar eller madrasser som framgår av domsbilagorna 1 och 2.

2. Unistar Oy, Vesor AB och V. S. skall solidariskt ersätta Hästens Sängar AB dess rättegångskostnader i målet med sjuttioentusentvåhundrafemtioåtta (71 252) kr jämte ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker. Av beloppet utgör 63 600 kr ombudsarvode.

YRKANDEN M.M.

Hästens Sängar AB (Hästens) har yrkat att Marknadsdomstolen *dels* vid vite om en miljon kr förbjuder Unistar Oy (Unistar), Vesor AB (Vesor) och V. S. att vid marknadsföring av sängar använda den annons som framgår av domsbilaga 3 eller annan bildframställning som på väsentligen samma sätt utnyttjar det renommé som tillkommer Hästens, *dels* vid vite om en miljon kr förbjuder Unistar, Vesor och V. S. att vid marknadsföring av sängar använda rutmönster på sängar och madrasser enligt vad som framgår av domsbilagorna 1 och 2.

Unistar, Vesor och V. S. har bestritt Hästens talan.

Hästens och Unistar har yrkat ersättning för rättegångskostnader.

Marknadsdomstolen meddelade den 29 maj 2001 ett interimistiskt beslut genom vilket Vesor och V. S. förbjöds att vid marknadsföring av sängar använda det rutmönster på sängar eller madrasser som framgår av domsbilagorna 1 och 2. Hästens yrkande om interimistiskt förbud gentemot Unistar lämnades däremot utan bifall.

GRUNDER OCH UTVECKLING AV 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. Det främsta kännetecknet, den s.k. Hästensrutan, introducerades år 1978 och var då ett okänt tygmönster för sängar. 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 finns 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.

Unistar är en finsk sängtillverkare som tillverkar och marknadsför bl.a. de sängar som finns avbildade i domsbilagorna 1 och 2. Bolaget är verksamt på den svenska marknaden i vart fall genom att saluhålla sängar till återförsäljaren Vesor. Vidare framgår att det finns ett samarbete mellan Unistar och Vesor om försäljningen av Unistars sängar i Sverige. Under alla förhållanden har Unistar sålt sängarna till Vesor med den uttalade förutsättningen att de skulle säljas i Sverige. Också utformningen av det marknadsföringsmaterial som Hästens åberopat talar för att Unistar bidrar aktivt till marknadsföringen direkt mot konsumenter. Den påtalade marknadsföringen är uteslutande riktad mot svenska kunder på den svenska marknaden. Hästens kan inte vitsorda att Unistar använt blåvitt rutmönster på sina sängar under någon längre tid eller att dessa skulle vara väl kända i Finland.

Vesor bedriver under namnet Finnskinn verksamhet som återförsäljare av möbler från flera olika tillverkare. Sängar tillverkade och marknadsförda av Unistar finns exponerade i marknadsförings- och försäljningssyfte i bolagets butik. Lördagen den 10 mars 2001 hade Vesor i tidningen Avisa infört den annons som framgår av domsbilaga 3.

V. S. är ensam styrelseledamot i Vesor och har därmed rätt att ensam teckna bolagets firma. På grund av det ansvar för marknadsföringen som denna ställning innebär skall det yrkade förbudet omfatta även honom. Dessutom finns en risk att V. S., som torde ha goda kontakter med Unistar, flyttar över marknadsföringen och försäljningen av de blåvitrutiga sängarna till något annat bolag.

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 den aktuella annonsen och som exponerats i Vesors butik företer uppenbara likheter med Hästens sängar eftersom de är klädda i ett tyg som är till förväxling likt Hästensrutan. Tygmönstret är blått, vilket är den mest populära färgen på Hästens produkter. De rutor som finns på Unistars sängar är något mindre än Hästens rutor, men det ändrar inte det helhetsintryck som innebär en tydlig snyltning på den s.k. Hästensrutan. Hästens gör inte gällande att mönstret på Unistars sängar är en otillåten efterbildning eller att det föreligger någon förväxlingsrisk mellan Unistars sängar och Hästens sängar. Detta är emellertid inte en förutsättning för renommésnyltning.

Genom att använda ett rutmönster som på ett långtgående sätt efterliknar Hästens rutmönster drar svarandena fördel av – snyltar på – det kommersiella anseende och den dragningskraft som Hästens har i den svenska sängbranschen och som byggts upp genom mångåriga ansträngningar. Svarandena 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 sängarna från Hästens. Genom att på detta sätt förespegla en anknytning mellan de marknadsförda sängarna och Hästens produkter drar svarandena nytta av Hästens renommé. Således utnyttjas det uppmärksamhetsvärde och de associationer 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.

Svarandenas användning av det påtalade rutmönstret utgör renommésnyltning och strider mot 4 § marknadsföringslagen (1995:450) (MFL). Det föreligger därför grund för att meddela yrkade förbud.

Svarandeparterna

Svarandena har inte gjort sig skyldiga till renommésnyltning enligt 4 § MFL. De har inte brutit mot god marknadsföringssed eller i sin marknadsföring uppträtt otillbörligt mot konsumenter eller Hästens eftersom inga oriktiga eller vilseledande uppgifter lämnats. Det vitsordas i och för sig att Hästens sängar är en känd produkt, men den saknar särprägel.

Unistar registrerades år 1982 och är en av de större sängtillverkarna i Finland. Bolaget bedriver även viss import- och exportverksamhet. Unistars verkställande direktör ägde under åren 1974 - 1982 företaget Bonbella Oy som var dominerande vad avser sängtillverkning

och försäljning på den finska marknaden med en marknadsandel om cirka 70 procent. Unistar är således väl känt i Finland och besitter en synnerligen god kunskap om såväl sängproduktion som försäljning av sängar och näraliggande produkter.

Unistar har tillverkat rutmönstrade sängar i Finland sedan mitten av 1980-talet, således under lång tid innan dess Hästens registrerade sitt varumärke. Dessförinnan hade Bonbella Oy tillverkat rutmönstrade sängar sedan år 1974.

Vesor har importerat sängar från Unistar i Finland och sedan ett par år finns det ett samarbete mellan bolagen med Vesor som återförsäljare. Vesors försäljning av Unistars produkter utgör uppskattningsvis 10 procent av den totala omsättningen. För det fall talan mot Unistar bifalls leder detta till att Vesor inte kan fortsätta med denna försäljning. Enligt svarandenas uppfattning innebär ett förbud i enlighet med vad Hästens yrkar att den fria konkurrensen inom EU-länderna Sverige och Finland begränsas i alltför stor utsträckning.

Unistars produkter utgör inte en otillåten efterbildning av Hästens produkter. Som nämnts har Unistar sedan länge tillverkat sängar i blåvitt rutmönster. Rutmönstret är 27 x 27 mm och bolaget saluför mönstret även i andra färger, exempelvis grått och vitt. Den varumärkesregistrering som skett för Hästens rutmönster avser endast rutor med storleken 50 x 50 mm, och således inte rutmönster i sig. Färgsättningen som Unistar använder är dessutom inte densamma som den Hästens använder. Konsumenter har aldrig för Unistar eller Vesor påstått att Unistars sängar är lika Hästens sängar. Unistars produkter är dessutom kända i Finland och bolaget har verkat för att lyfta fram det finska i produkterna genom att använda den finska flaggans färger i mönstret. Liknande rutmönster på sängar har även marknadsförts av andra sängtillverkare.

Unistars produkter saluförs av Vesor som återförsäljare i främst Stockholmsområdet. Hästens produkter saluförs av särskilda återförsäljare och risken för förväxling torde därför vara försumbar. Det föreligger även en avsevärd prisskillnad mellan Hästens och Unistars produkter. Vid all saluföring i Sverige av Unistars produkter har det tydligt framgått att det är fråga om finska kvalitetssängar. Det kommersiella ursprunget har varit väldigt tydligt och har lyfts fram särskilt vid all reklam. Anledningen härtill är att den finska möbelkulturen, innefattande sängar, har ett gott rykte i världen. Hästens påstående att Unistar saluför billigare sängar av sämre kvalitet än Hästens och härigenom snyltar på Hästens goda renommé tillbakavisas av Unistar och Vesor. Eftersom Unistars produkter inte utgör vilseledande ef-

terbildningar och det inte finns någon förväxlingsrisk, kan inte heller renommésnyltning anses föreligga.

Under alla förhållanden är det av Hästens yrkade vitet alltför högt. För det fall talan bifalls bör vitet skäligen bestämmas till 100 000 kr.

Unistar har för sin del tillagt att Hästens mera omfattande marknadsföring av rutmönstret påbörjades först efter det att mönstret registrerats som varumärke. Unistar har vidare, för det fall Hästens talan bifalls, begärt att domstolen noggrant anger vilka storlekar och färger på rutmönster som är tillåtna.

BEVISNING

Hästens har som skriftlig bevisning åberopat marknadsundersökningar, den i målet aktuella annonsen, produktblad samt fotografier av sängar som sålts i Vesors lokaler.

Svarandena har gett in och åberopat tygprover som visar olika mönster som använts på Unistars sängar.

DOMSKÄL

Målet gäller det blåvita rutmönster som används som utstyrsel på vissa sängar tillverkade av det finska bolaget Unistar. Svarandena har ingående argumenterat för sin ståndpunkt att rutmönstret inte är en vilseledande efterbildning av Hästens rutmönster och att det inte finns någon förväxlingsrisk. Marknadsdomstolen vill emellertid understryka att Hästens endast gör gällande att användningen av rutmönstret utgör renommésnyltning i strid mot 4 § marknadsföringslagen (1995:450) (MFL). Det görs alltså inte gällande att Unistars rutmönster utgör en vilseledande efterbildning av Hästens rutmönster eller att det skulle föreligga någon risk att konsumenter förväxlar Unistars rutmönstrade sängar med Hästens sängar.

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 krav 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. 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.

Frågan om användning av ett blåvitt rutmönster som utstyrsel på sängar har under senare tid prövats i flera avgöranden av Marknadsdomstolen. Domstolen uttalade i avgörandet MD 2000:25 (Hästens mot Skeidar Möbler & Interiör AB) att det aktuella rutmönstret (den s.k. Gripsholmsrutan) 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 det målet framgick att rutmönstret oftast av konsumenterna uppfattades som ett kännetecken för Hästens sängar. Domstolen fann att Skeidars användning av ett likartat rutmönster utgjorde renommésnyltning. Samma frågeställning har aktualiserats även i avgörandena Hästens mot Lagans Textilfabriker AB (MD 2001:16) och Hästens mot NMG Nordiska Möbelgrossisten AB (MD 2002:24).

När det gäller det rutmönster som använts på Unistars sängar kan det konstateras att detta skiljer sig från Hästens rutmönster såtillvida att rutorna på Unistars sängar är mindre än de som finns på Hästens sängar. Bedömningen måste emellertid göras utifrån det helhetsintryck som mönstret på Unistars respektive Hästens sängar ger. Enligt Marknadsdomstolens mening är Unistars rutmönster påfallande likt det rutmönster som Hästens använder. Unistars marknadsföring av sängar med det aktuella mönstret har härigenom en stark anknytning till Hästens rutmönster och associerar till detta. Marknadsföringen av Unistars sängar med det aktuella rutmönstret utgör därför renommésnyltning enligt 4 § MFL.

V. S. är ensam styrelseledamot i Vesor, som har marknadsfört Unistars sängar i Sverige, och får härigenom anses ha haft ett bestämmande inflytande över verksamheten i bolaget och tagit aktiv del i dess marknadsföring. Ett förbud skall därför meddelas mot såväl Vesor som V. S. (se 14 § andra stycket MFL, jfr bl.a. MD 2000:19). När det gäller Unistar framgår av utredningen att det sedan en tid funnits ett samarbete mellan Unistar och Vesor som innebär att Vesor fungerat som återförsäljare för Unistars produkter. Unistar har dessutom självt uppgett att man har exporterat sina produkter till Sverige. Unistar har således marknadsfört sina produkter på den svenska marknaden. Även Unistar skall därför omfattas av förbudet.

Förbudet bör utformas så att det omfattar marknadsföring av sängar med det påtalade rutmönstret på sängar och madrasser. Unistar har därvid begärt att Marknadsdomstolen noggrant skall ange vilka rutmönster som är tillåtna att använda. Domstolens prövning är emellertid begränsad till den marknadsföring som har påtalats i varje enskilt fall och det är således inte möjligt att generellt ange några sådana preciseringar av förbudet som Unistar önskar.

Av 19 § MFL följer att ett förbud skall förenas med vite, om det inte av särskilda skäl är obehövligt. Sådana särskilda skäl föreligger inte. Däremot saknas anledning att bestämma vitet så högt som Hästens begärt. Vitesbeloppet bör bestämmas till 400 000 kr för var och en av svarandena.

Vid denna utgång i målet är Hästens att anse som vinnande part. Svarandena skall därför ersätta Hästens dess rättegångskostnader. Marknadsdomstolen finner att den av Hästens begärda ersättningen får godtas.

På Marknadsdomstolens vägnar

C H Fallenius

Ledamöter: Christer Fallenius, ordförande, Ingegerd Westlander, Maria Renmyr (skiljaktig), Anders Stenlund och Barbro Wickman-Parak.

Sekreterare: Göran Söderström

Maria Renmyr är skiljaktig och anför:

Till skillnad från majoriteten kan jag inte finna att den påtalade marknadsföringen av Unistars sängar utgör renommésnyltning. Enligt min uppfattning räcker det inte med att den som ser marknadsföringen av sängarna associerar till Hästens sängar. För att renommésnyltning skall anses föreligga måste det finnas en mer eller mindre tydlig avsikt från den som marknadsför en produkt att knyta an till och att associeras med någon annans produkt. Det har i den påtalade annonseringen inte förelegat någon annan referens eller anknytning till Hästens än den utstyrsel som sängarna i sig har. Färgnyans och mått på det ruttmönster som finns på de marknadsförda sängarna avviker från det mönster som Hästens har erhållit varumärkesskydd för. Det är fråga om ett mönster och en färgsättning som är vanlig i textila sammanhang. Det har inte visats eller ens påståtts att Unistar vid utformningen av sina sängar efterapat eller tagit intryck av Hästens sängar. Jag anser således inte att det finns grund för att finna att svarandeparterna snyltat på Hästens renommé genom att i sin marknadsföring obehörigen knyta an till Hästens sängar.