

**KÄRANDE**

J. N. Verktygsmaskiner AB, 556189-0558, Box 184,  
191 23 SOLLENTUNA

Ombud: Advokaten Per Nilsson, Holm Advokatbyrå,  
Box 7531, 103 93 STOCKHOLM

**SVARANDE**

INDEX-TRAUB AB, 556085-9356, Fagerstagatan 2,  
163 08 SPÅNGA

Ombud: Advokaten Thomas Carlén-Wendels, Advokat-  
firman Konsultbyrån för Marknadsrätt AB,  
Kungsgatan 48, 111 35 STOCKHOLM

**SAKEN**

marknadsföring av maskinservice

---

**DOMSLUT**

1. Marknadsdomstolen bifaller på så sätt J. N. Verktygsmaskiner AB:s talan att domstolen förbjuder INDEX-TRAUB AB vid vite av fyrahundratusen (400 000) kr att vid marknadsföring av maskinservice använda påståenden av innebörd att J. N. Verktygsmaskiner AB saknar kapacitet att sköta servicen av Indexmaskiner på den svenska marknaden och att INDEX-TRAUB AB kan ge en effektivare service av Indexmaskiner än vad J. N. Verktygsmaskiner AB kan.
2. Marknadsdomstolen ogillar J. N. Verktygsmaskiner AB:s talan i övrigt.
3. Vardera parten skall bära sina rättegångskostnader.

## **BAKGRUND**

J. N. Verktygsmaskiner AB (JN-maskiner) bedriver verksamhet som agent för utländska tillverkare av verktygsmaskiner. Bolaget var tidigare agent på den svenska marknaden för ett tyskt bolag – Index-Werke GmbH & Co. KG – och utförde då även service på dess verktygsmaskiner. Under år 1999 övertogs agenturen av bolaget INDEX-TRAUB AB (INDEX). INDEX har därefter skickat ut följande kundbrev, *bilaga*.

## **YRKANDEN, M.M.**

JN-maskiner har yrkat att Marknadsdomstolen vid vite förbjuder INDEX att i marknadsföring använda påståenden som är vilseledande i fråga om JN-maskiners näringsverksamhet samt att på ett jämförande sätt peka ut JN-maskiner på sätt som skett i det aktuella brevet eller användning av liknande formuleringar med samma syfte.

INDEX har yrkat i första hand att käromålet skall avvisas och i andra hand att det skall ogillas.

Parterna har yrkat ersättning för sina rättegångskostnader.

## **GRUNDER OCH UTVECKLING AV TALAN**

Parterna har anfört i huvudsak följande.

### **JN-maskiner**

INDEX och JN-maskiner bedriver konkurrerande verksamheter. Det aktuella brevet utgör ett led i INDEX marknadsföring. Brevet har skickats till 2 700 personer och syftet har varit att antingen förmå kunder att byta leverantör från JN-maskiner till INDEX eller att befästa INDEX ställning hos kunden. Oavsett vilket har brevet ett uppenbart kommersiellt syfte och kommersiella förhållanden till föremål och kan därför prövas enligt marknadsföringslagen (1995:450)(MFL).

I brevets ingress uppges ”Som bekant övertog vi ansvaret för servicen av INDEX-maskiner i Sverige 1999”. Meningen ger läsaren intrycket att man är skyldig att vända sig till INDEX för att få service på sin Indexmaskin. Detta är inte korrekt. En köpare av en Indexmaskin är inte skyldig att vända sig till INDEX för service.

Under rubriken ”Servicekapacitet INDEX idag” på sidan två i brevet lämnar INDEX uppgifter om antalet personer som hos JN-maskiner arbetade med service på Indexmaskiner. Där anges felaktigt att kapaciteten för service av Indexmaskiner vid brevets upprättande var bättre hos INDEX än hos JN-maskiner. Detta är ett ogrundat påstående och uppgiften lämnas på ett sätt och i ett sammanhang som ger läsaren intryck av att JN-maskiner inte kunnat ge marknaden god service. Denna bild är felaktig och vilseleder om JN-maskiners kvalifikationer och ställning på marknaden.

På samma sida i brevet under rubriken ”Koncentration ger effektivare service” refererar INDEX till ”Index förra samarbetspartner i Sverige”. Härmed avses JN-maskiner. Under samma rubrik lämnas en redogörelse för JN-maskiners beredskap att hantera service på visst sätt varvid uppges att JN-maskiner med sina resurser inte har möjlighet att på ett godtagbart sätt bedriva sin verksamhet. INDEX redogör också för sin egen beredskap. Avsnittet avslutas med uttalandet ”Detta ger en klart effektivare service ute hos kund”. I avsnittet pekade JN-maskiners verksamhet ut på ett sätt som är vilseledande, misskrediterande och nedläggande för bolaget. Utpekandet ger läsaren intryck av att JN-maskiner i motsats till INDEX inte har erforderlig kapacitet för att sköta servicen av Indexmaskiner på den svenska marknaden. Det finns ingen grund för detta påstående. Genom den avslutande meningen upplyses läsaren om att INDEX kan ge en effektivare service hos kunderna än vad JN-maskiner kan. Det finns inte heller någon grund för detta påstående. Brevet strider därför mot MFL varför INDEX skall förbjudas att fortsätta med marknadsföringen.

JN-maskiner är medvetet om att jämförelser i princip är tillåtna. Det fordras dock att jämförelsen är vederhäftig och korrekt samt ger en rättvisande bild av det jämförda företaget. I det påtalade brevet framgår dock inte att jämförelsen har renodlats och att olikheter i övrigt föreligger mellan INDEX och JN-maskiner. JN-maskiner anser att det sätt på vilket bolaget har framställts i brevet är onödigt negativt präglad.

## INDEX

Som grund för avvisningsyrkandet har INDEX anført att det aktuella brevet inte utgör marknadsföring i MFL:s mening. Brevet föranleddes av att det florerade ett rykte om att INDEX saknade kapacitet och kunnande för att hantera service på Indexmaskiner. Ryktet, som emanerade från JN-maskiner, skapade oro hos kunderna och motiverade lugnande och klargörande brev. I brevet bemöter INDEX ryktesspridningen, redogör för sin servicekapacitet och förklarar att och varför det inte finns skäl till oro. Då uppgifter om antal servicetekniker i sig kunde antas vara ganska intetsägande för kunderna, framstod det som naturligt att göra jämförelser med förhållandena innan INDEX tog över servicen, dvs. med förhållandena under den tid som JN-maskiner innehade agenturen. Brevet sändes till 137 namngivna personer. Dessa var hos INDEX befintliga servicekunder som bolaget redan hade regelbunden kontakt med. Även om brevet har såväl kommersiellt syfte som innehåll och är mångfaldigt i kopia-tor, så utgör det del av reguljär affärskorrespondens syftande till att förklara hur INDEX lagt upp serviceverksamheten för att stilla oron för bristande kapacitet eller kompetens. Brevet syftar inte till att sälja någon ny produkt. Breven utgör därmed inte marknadsföring i MFL:s mening. Käromålet skall därför avvisas.

Vad avser brevets inledande mening, att INDEX övertagit ansvaret för service på Index-maskiner, gör INDEX gällande att detta inte kan förbjudas inom ramen för JN-maskiners yrkande samt att uttryckssättet under alla förhållanden inte vilseleder på det sätt som JN-maskiner gör gällande.

INDEX är agent för Indexmaskiner i Sverige. INDEX har därigenom ensamrätt och skyldighet att på den svenska marknaden utföra garantireparationer och installera originalreservdelar inom ramen för tillverkarens funktionsgaranti. Detta ansvar övertog INDEX från JN-maskiner år 1999. Uttryckssättet i brevets inledning – att INDEX övertagit ansvaret för service – är således helt förenligt med gängse språkbruk och ger inte det intryck som JN-maskiner gör gällande. Brevet är ställt till personer som regelmässigt sköter kontakterna med INDEX och som har goda kunskaper om bakgrunden till brevet. Någon risk för vilseledande av dessa föreligger ej. Alla i branschen känner till att de vid sidan av garantiservicen har möjlighet att beställa service från valfri servicegivare.

De uppgifter som lämnas på sidan två i brevet är korrekta. Sakuppgifterna och slutsatserna är mindre fördelaktiga för JN-maskiner men de är inte vilseledande eller misskrediterande utan faller väl inom ramen för vad en näringsidkare måste tåla. Särskilt eftersom det är JN-maskiner som genom sin information till INDEX kunder skapat den oro brevet avsåg stilla. Den gjorda jämförelsen är inte otillåten. INDEX redovisar tydligt vilka sakförhållanden som jämförs och som grundar respektive omdöme. Det måste vara tillåtet att redovisa sakuppgifter om faktiska förhållanden hos INDEX och JN-maskiner. I anslutning till sakuppgifterna förekommer tre omdömen vilka kan sägas vara negativa för JN-maskiner; ”Sammantaget anser vi att vår kapacitet för service av Indexmaskiner idag är bättre än den var hos JN-maskiner (där endast ca 2–3 personer arbetade med Indexservice)”, ”En enligt vår mening praktisk omöjlighet. Man är helt beroende av tekniker från utlandet” och ” Detta ger en klart effektivare service ute hos kund”. Det framgår helt klart att dessa omdömen är INDEX egna slutsatser av de i brevet tidigare lämnade sakuppgifterna och läsaren kan själv värdera och bedöma slutsatserna.

Det är tillåtet att i marknadsföring framhålla omständigheter som är positiva för det egna och negativa för det mothållna företaget. Först om uppgifterna är felaktiga, irrelevanta, överdrivna eller onödigtvis nedsättande, kan de bedömas som vilseledande, misskrediterande eller eljest stridande mot god sed. I förevarande fall är redovisningen av såväl sakuppgifterna som omdömen motiverade och proportionerliga mot ett legitimt informationsbehov.

## **BEVISNING**

Parterna har åberopat viss skriftlig bevisning.

## **DOMSKÄL**

Marknadsdomstolen tar först ställning till om MFL är tillämplig på det påtalade brevet. INDEX har gjort gällande att brevet utgör affärskorrespondens och därmed inte omfattas av MFL. Begreppet marknadsföring definieras i 3 § MFL. Här anges att marknadsföring är reklam och andra åtgärder i näringsverksamhet som är ägnade att främja avsättningen av och tillgången till bl.a. varor och tjänster. Stadgandet träffar all kommersiell marknadsföring och omfattar åtgärder som vänder sig till allmänheten, ett begränsat antal eller enskilda företag eller individer. Marknadsdomstolen har tidigare funnit att kundbrev och s.k. varningsbrev

till följd av sina innehåll kan betraktas som marknadsföring (MD 1992:15, 1994:25, 1999:28 och 2002:25). Avgörande har varit om texterna i breven haft kommersiellt syfte och rört kommersiella förhållanden.

I målet har framkommit att det aktuella brevet har skickats till i vart fall 137 kunder. Försändelsen rör kommersiella förhållanden och innehållet måste utan tvivel vara ägnat att främja fortsatt avsättning av INDEX tjänster. Marknadsdomstolen finner därför uppenbart att det påtalade förfarandet kan prövas enligt marknadsföringslagen.

Vad gäller den inledande meningen i brevet – ”Som bekant övertog vi ansvaret för servicen av INDEX-maskiner i Sverige 1999” – kan densamma knappast tolkas på det sätt som JN-maskiner gjort gällande och någon risk för vilseledande i detta hänseende torde inte föreligga. Domstolen beaktar härvid särskilt att mottagarkretsen av brevet sedan tidigare är innehavare av Indexmaskiner och som sådana underkunniga om bytet av agent på den svenska marknaden. Att en tillverkare utser särskilda serviceleverantörer är dessutom en inte helt ovanlig företeelse. JN-maskiners talan i den delen skall därför ogillas.

Vad härefter gäller den påtalade texten under rubriken ”Servicekapacitet INDEX idag” på sidan två i brevet har JN-maskiner gjort gällande att där felaktigt anges att kapaciteten för service av Indexmaskiner vid tiden för brevets upprättande var bättre hos Index än hos JN-maskiner. Enligt bolaget lämnas uppgiften på ett sätt och i ett sammanhang som ger läsaren intryck av att JN-maskiner inte kunnat ge marknaden god service.

I nämnda stycke redogör INDEX för antalet servicetekniker som bolaget har och hur många av dem som är Indexspecialister. Texten avslutas med en sammanfattning vari anges att INDEX anser att dess kapacitet för service av Indexmaskiner idag är klart bättre än den var hos JN-maskiner varvid lämnas en uppgift om hur många personer som hos JN-maskiner arbetade med Indexservice. Av stycket framgår att INDEX har tio servicetekniker varav fem är Indexspecialister och att JN-maskiner har 2 – 3 personer som är Indexspecialister.

För mottagaren av brevet får det anses uppenbart att jämförelsen avser antalet anställda Index tekniker hos respektive bolag och att det är i antalet anställda man mäter kapaciteten. Uppgiften om antalet tekniker som är anställda hos JN-maskiner lämnas inte på ett sätt eller i ett sammanhang som är nedsättande eller misskrediterande. Inte heller ger uppgiften intrycket att JN-maskiner inte kan ge en god service. Denna jämförelse av antalet anställda In-

dextekniker i respektive bolag och den slutsats som i brevet dras därav kan därför inte anses vilseledande, misskrediterande eller nedsättande för JN-maskiners verksamhet. JN-maskiners talan i den delen skall därför ogillas.

Under rubriken ”Koncentration ger effektivare service” gör INDEX en jämförelse med förhållandena hos INDEX ”förra samarbetspartner i Sverige”. Det är ostridigt i målet att härmed avses JN-maskiner. I avsnittet uppges att JN-maskiner har sex servicetekniker som skall klara av ett visst antal maskinfabrikat med flera olika maskintyper. Redogörelsen avslutas med slutsatsen ”En enligt vår mening praktisk omöjlighet. Man är helt beroende av tekniker från utlandet”. I det nästföljande stycket anges hur många servicetekniker som arbetar hos INDEX ställt i relation till antalet fabrikat bolaget representerar. Härefter anges ”Detta ger en klart effektivare service ute hos kund”.

I texten pekas JN-maskiner ut. Påståendet ”En enligt vår mening praktisk omöjlighet. Man är helt beroende av tekniker från utlandet” ger läsaren intryck av att JN-maskiner inte klarar av sina åtaganden på marknaden och därmed inte kan ge marknaden en god service. INDEX har inte visat att så skulle vara fallet och dess påstående får därmed anses vilseledande. Det finns vidare inte någonting i den gjorda jämförelsen eller i målet åberopad bevisning som stöder påståendet att INDEX kan ge ”en klart effektivare service ute hos kund” än JN-maskiner. Även detta uttalande är således vilseledande. Påståendena är emellertid inte ur marknadsrättsligt perspektiv att betrakta som misskrediterande eller nedsättande för JN-maskiner. Sammanfattningsvis strider marknadsföringen mot 8 a § första stycket 1 MFL. Förbudet skall dock ges en något justerad utformning.

Vid denna utgång har parterna ömsom vunnit, ömsom förlorat. Vardera parten skall därför bära sina rättegångskostnader.

På Marknadsdomstolens vägnar

C H Fallenius

Ledamöter: Christer Fallenius, ordförande, Ingegerd Westlander, Per Eklund, Lars-Gunnar Mattsson, Marianne Reuterskiöld och Anders Stenlund. Enhälligt

Sekreterare: Gunilla Lundholm