

**MARKNADSDOMSTOLEN**

**DOM**

2003:13

2003-04-29

Dnr C 4/01

**KÄRANDE**

Leksandsbröd Aktiebolag, 556442-1658,  
Box 250, 793 26 LEKSAND  
Ombud: advokaten Thomas Gustafsson och  
advokaten Pontus Selderman, Advokatfirman  
Sylwan och Fenger-Krog, Box 43, 791 21 FALUN

**SVARANDE**

Wasabröd Aktiebolag, 556518-4503,  
Box 4, 171 18 SOLNA  
Ombud: advokaten Ormonde Goldie,  
Ormonde Goldie Advokatbyrå AB, Box 5265,  
102 46 STOCKHOLM

**SAKEN**

marknadsföring av knäckebröd

---

**DOMSLUT**

1. Marknadsdomstolen förbjuder Wasabröd Aktiebolag vid vite av fyrahundratusen (400 000) kr att vid marknadsföring av knäckebröd använda benämningen Mora, ensamt eller i förening med andra påståenden och framställningar, så att därigenom skapas intryck av att produkten tillverkas i eller annars har sitt ursprung i Mora eller Dalarna, om så inte är fallet.
2. Förbudet träder i kraft den 29 april 2004.
3. Wasabröd förpliktas att ersätta Leksandsbröd Aktiebolag för dess rättegångskostnader med åttahundrasextiofemtusensjuhundrafemtiofyra (865 753) kr, varav 575 000 kr

utgör ombudsarvode. På beloppet skall utgå ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker.

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

Leksandsbröd Aktiebolag (Leksandsbröd) har yrkat att Marknadsdomstolen vid vite om tvåhundra tusen (200 000) kr förbjuder Wasabröd AB (Wasabröd) att vid marknadsföring av knäckebröd

- a) använda Ortsangivelsen eller kännetecknet "Mora",
- b) använda Ortsangivelsen eller kännetecknet "Mora" i förening med andra påståenden och framställningar som antyder att produkten är tillverkad i eller har sitt ursprung i Mora eller Dalarna,
- c) använda uttrycken "från Mora" eller "från Dalarna",
- d) använda Ortsangivelsen eller kännetecknet "Mora" skrivet i annat typsnitt än det registrerade varumärket med samma namn.

Wasabröd har bestritt Leksandsbröds talan.

Wasabröd har för det fall Leksandsbröds talan skulle bifallas, yrkat att ett förbud skall träda i kraft först efter en övergångstid som inte bestäms till kortare tid än 18 månader, räknat från Marknadsdomstolens dom. Leksandsbröd har framhållit att det är viktigt att en övergångsperiod blir kort och att sex månader är fullt tillräckligt för att åtgärda ett nytt varumärke.

Parterna har yrkat ersättning för sina rättegångskostnader.

### **GRUNDER OCH UTVECKLING AV TALAN**

Parterna har anfört i huvudsak följande.

#### **Leksandsbröd**

Wasabröd gör sig skyldigt till vilseledande marknadsföring genom att i form av påståenden och andra framställningar bibringa konsumenterna uppfattningen att

knäckebröd marknadsfört under kännetecknet ”Mora” är tillverkat i eller har sitt ursprung i Mora eller Dalarna. Wasabröds marknadsföring är därför vilseledande avseende produktens geografiska ursprung. Den är också vilseledande beträffande produkternas kommersiella ursprung, eftersom konsumenterna bibringas uppfattningen att tillverkare är någon fabrikör i Dalarna och inte Wasabröd i Filipstad. Wasabröds marknadsföring strider därför mot god marknadsföringssed eller är otillbörlig mot konsumenter eller näringsidkare.

Wasabröd driver landets största knäckebrödsbageri i Filipstad. Bolaget omsätter ungefär 800 miljoner kronor och har en marknadsandel för knäckebröd på 67 % i Sverige. Sedan år 1999 ingår Wasabröd i den världsomspännande Barillakoncernen. Leksandsbröd driver landets näst största knäckebrödsbageri i Leksand i Dalarna. Bolaget omsätter ca 120 miljoner kronor och har en marknadsandel i Sverige på 23 %. Resterande 10 % innehas av bl.a. Roslagsbröd, Vikabröd och Korsnäsbröd.

På den s.k. knäckebrödsmarknaden finns det olika typer av knäckebröd, dels sågat fyrkantigt bröd, dels s.k. rundbröd, dvs. knäckebröd i form av runda kakor med ett hål i mitten. De fyrkantiga kakorna tillverkas huvudsakligen av Wasabröd. Denna typ av bröd omfattar omkring 60 % av den svenska marknaden. Wasabröd tillverkar även rundbröd. Övriga bolag som förekommer på marknaden tillverkar rundbröd. När det gäller marknaden för rundbröd har Leksandsbröd en större marknadsandel än Wasabröd.

Historiskt har knäckebröd sitt ursprung i Dalarna. Därifrån har seden att tillverka knäckebröd spritt sig till resten av Sverige. Det s.k. knäckebrödsbältet omfattar Dalarna, Gästrikland och vissa socknar i Hälsingland. Centrum ligger i Siljansbygden. Huvuddelen av knäckebrödsfabrikerna har grundats inom knäckebrödsbältet och konsumtionen av knäckebröd är också störst i den här delen av landet. Även rundbrödet har sitt ursprung i Dalarna. Konsumenterna förknippar hårt bröd i form av runda kakor med Dalarna. I en artikel i tidskriften Fri Köpenskap från den 25 mars 1988 uttalade Wasabröds marknadsdirektör att bygderna runt Siljan har på ett positivt sätt förknippats med rundknäcke. I ett brev av den 24 mars 1976 framförde Wasabröds informationsavdelning att Dalarna är rundbrödets hemland.

Under 1840-talet påbörjades bakning av knäckebröd i industriell skala. Omkring år 1935 var tillverkningen av knäckebröd centrerad till Mellansverige och särskilt Dalarna där det vid denna tidpunkt fanns 12 fabriker. Under 1930- och 1940-talet skedde en förändring huvudsakligen orsakad av att Wasabröd köpte upp mindre fabriker. I vissa fall drevs fabrikerna vidare en tid innan de lades ner och i andra fall lades de ner på en gång. Wasabröd köpte t.ex. Tunabröd i Stora Tuna och Säterbröd i Säter. Senare har även Falu Spisbrödsfabrik i Falun köpts och lagts ner. I dag har Wasabröd ingen tillverkning av knäckebröd i Dalarna. Leksandsbröd, å sin sida, har tillverkat knäckebröd i Leksand sedan 1920-talet.

Det finns en tradition hos knäckebrödsproducenter att använda firmanamn och varukännetecknen på så sätt att de är bundna till tillverkningsorten. Konsumenterna har därmed informerats om brödets geografiska ursprung. Det har varit deras garanti för ursprung och kvalitet. Det innebär att konsumenterna tillmäter geografiska angivelser på produkterna relevans. Brödets kvalitet är beroende dels av vilket vatten som används i processen, dels ugnarnas kvalitet. Syftet med en sådan identifiering kan också vara att ge produkten samma positiva förtecken som en speciell ort eller trakt har förvärvat. Det innebär att den geografiska angivelsen således kan tänkas ha betydelse för konsumenter som av patriotiska skäl vill köpa ett bröd från ett visst landskap. Detta gäller naturligtvis i högsta grad befolkningen i Dalarna.

Dalarna är en av landets mest välbesökta turistbygder med världsberömda attraktioner. Landskapet är känt för folkdräkter, kurbitsmåleri, dalahästar, firande av midsommar med dans runt midsommarstången, fiolmusik och knuttimrade byggnader. Det är företeelser som folk förknippar med Dalarna. Centrum är Siljansbygden. Där ligger en av de mest kända orterna, Mora. Orten är känd för allmänheten på grund av sin kulturella egenart (Anders Zorn), sin historia (Gustav Vasa), sin betydelsefulla industri (morakniven och dalahästen) samt Vasaloppet (målet är vid klockstapeln i Mora). För allmänheten är Mora känt som en ort i Dalarna, inte som en brödsort.

Wasa registrerade år 1943 varumärket "Wasa Morabröd" som är ett kombinerat ord- och figurmärke föreställande den av Anders Zorn skapade Vasastatyn i Mora. Försäljningen av rundbröd påbörjade Wasabröd år 1976 under kännetecknet Mora, inte under det registrerade varumärket. Syftet med att introducera rundbrödet och att associera till

Mora kan antas vara att Wasabröd försökte slå sig in på marknaden för rundbröd. Detta var en marknad som tidigare hade dominerats av bröd med ursprung från Dalarna och det kan därför tänkas att Wasabröd försökte associera produkten med den trakten och det positiva renommé som orten Mora har. Det kan vara ett av skälen till att Wasabröd vill få konsumenter att tro att deras knäckebröd har en anknytning till Mora. I februari 1999 gav Wasabröd in en ansökan om att registrera ett nytt varumärke som heter enbart Mora. Det är också ett kombinerat ord- och figurmärke. Mora är skrivet mot röd bakgrund med vita bokstäver. Leksandsbröd har invänt mot registreringen under påstående att varumärket är vilseledande beträffande geografiskt ursprung samt att det saknar särskiljningsförmåga. Wasabröd har häremot gjort gällande att det föreligger en koppling mellan bolaget och Gustav Vasa och att det därför skulle föreligga en koppling med Mora. Eftersom varumärket skrivs med liten begynnelsebokstav överskuggar det, enligt Wasabröd, anknytning till Mora. Det kan i stället ses som hänsyftande på ordet mora i betydelsen bondhustru.

Wasabröd tillverkar således ett bröd som marknadsförs under kännetecknet ”Mora”. Vid tidpunkten för stämmningsansökan fanns det nio olika produkter med det kännetecknet. Det är dels de stora runda bröden Mora Brungräddat, Mora Normalgräddat, Mora Gammelgården och Mora Sprödgräddat, dels de mindre rundbröden Mora Veteknäcke Rosmarin, Mora Spisbröd, Mora Rustik och Mora Original Krögarknäcke och Brungräddat. Produkterna tillverkas i Filipstad. Wasabröd har aldrig tillverkat bröd med kännetecknet Mora i orten Mora eller i Dalarna. Det finns inte heller något samband mellan kännetecknet och orten. En del av de produkter som idag marknadsförs under kännetecknet Mora har tidigare haft andra produktnamn. Mora Gammelgården, Mora Original, Mora Rustik och Mora Krögarknäcke hette sålunda tidigare Wasa Gammelgården, Wasa Original, Wasa Rustik respektive Wasa Krögarknäcke.

Förpackningarna till de stora runda bröden, Mora Normalgräddat, Mora Brungräddat och Mora Sprödgräddat, domineras av namnet Mora. Motivet på framsidan består av en ram med kurbitsar. I mitten av bilden är klockstapeln i Mora avbildad och på var sida om den står en man och en kvinna iförda folkdräkter. Kurbits är en typ av måleri som i stort sett uteslutande praktiseras i Siljansbygden. Klockstapeln är inte någon typisk svensk landsortsbyggnad utan det rör sig om klockstapeln i Mora. Folkdräkterna är inte identiska med de som används i Mora men de är snarlika. Sammantaget ger här tre

välkända moment i kombination med namnet Mora inte något utrymme för funderingar om Wasabröds intentioner när det gäller att placera dess produkter i geografiskt hänseende.

Förpackningen till Mora Gammelgården har också namnet Mora i centrum. Bakgrunden utgörs av en bild på ett knuttimrat hus på en fäbodvall. Fotografiet av huset är taget i Rättvik.

Produkterna Mora Spisbröd och Mora Rosmarin domineras av orden Spisbröd och Rosmarin. Vid tiden för stämmningsansökans ingivande fanns under namnet angivet med mindre text knäckebröd från Mora. På sidan av förpackningarna kunde man läsa ”Temat knäckebröd från Mora har skapats i samarbete med Gästgivarfamiljen Å:s i Tällberg. Här i Dalarna har hårt bröd sitt ursprung. Och här har släkten Å:s drivit sitt gästgiveri i 20 generationer”. Veteknäcke Rosmarin utgick enligt Wasabröd ur sortimentet någon gång under våren 2002. Under våren 2001 ändrades texten på förpackningen till Spisbröd från ”knäckebröd från Mora” till ”knäckebröd till bords”.

Mora Rustik, Mora Brungräddat (i den mindre förpackningen) och Mora Original Knäckebröd domineras av orden Rustik, Brungräddat och Original Krögarknäcke. Under dessa ord stod det vid stämmningsansökans ingivande knäckebröd från Mora. På baksidan av Krögarknäcke kunde man läsa texten om familjen Å:s i Dalarna. På förpackningen fanns även krögarparet Å:s avbildade framför deras rödvita gård i Tällberg i Dalarna.

Ordet Wasa förekommer inte på framsidan av någon av produkterna. Däremot kan man i finstilt produktinformation på baksidan läsa att det är Wasabröd som tillverkar produkterna. Detta är emellertid irrelevant när det gäller frågan om en konsument vilseleds eller inte.

Uttrycket knäckebröd från Mora finns alltså kvar på Wasabröds hemsida såvitt avser produkten Spisbröd. Av fotografier av olika butikshyllor i butiker i Falun under mars 2001 framgår att uttrycket knäckebröd från Mora finns med i det stora antalet fall.

Även i reklamutskick har Wasabröd försökt att associera till Mora på olika sätt. Wasabröd har vidare slutit ett sponsorsavtal på en miljon kronor med ishockeyklubben Mora IK. På klubbens tröjor finns logotypen Mora knäckebröd. Detta är ett försök att få konsumenter att associera Mora knäckebröd med orten Mora.

KO prövade år 1979 en anmälan från Sveriges Spisbrödsfabrikanter som rörde frågan om vilseledande om geografiskt och kommersiellt ursprung beträffande Wasabröds användning av benämningen Mora. Enligt KO förelåg det en risk för vilseledande. Den var dock ringa eftersom knäckebrödet enligt uppgift från Wasabröd tillverkas efter recept som tidigare använts av Wasabröd i Stora Tuna och Säter. KO avskrev därför ärendet. Beslutet vilar dock på felaktig grund. Ett bröd med kännetecknet Mora har aldrig bakats i Säter eller Stora Tuna. Moraknäcke har alltid tillverkats i Filipstad. Det har aldrig förekommit någon anknytning till Mora eller Dalarna, förutom att Wasabröd har ägt fabriker i Dalarna. Det finns inte någon särskiljande teknik som använts vid fabrikena i Säter eller Stora Tuna och som sedan flyttats över till Filipstadsfabriken. Det är felaktigt att recept övertagits från Säter och Stora Tuna. Av ett pressmeddelande från Wasabröd år 1976 framgår att receptet har ändrats efter flytten till Filipstad. De recept som används idag för Moraprodukterna har inte något som helst samband med de recept som tidigare användes i Säter och Stora Tuna.

Wasabröd har invänt att kännetecknet Mora är inarbetat och därför inte vilseledande. Till stöd härför har marknadsundersökningar åberopats. En av dessa avser inte de bröd som är föremål för prövningen i målet. En annan, som enbart avser 300 intervjuer och av vilken det inte heller framgår var intervjuerna är utförda, ger inte ett rättvisande resultat. Av undersökningarna framgår inte att Mora är ett inarbetat varumärke och inte heller att Mora skulle vara ett kännetecken snarare än en ort.

Sammanfattningsvis anser Leksandsbröd att följande är vilseledande i Wasabröds marknadsföring. Wasabröds användning av produktnamnet Mora. Detta är vilseledande i sig eftersom konsumenterna uppfattar det namnet som en geografisk ursprungsbeteckning på grund av den tradition som finns i branschen att döpa produkterna efter tillverkningsorten. Vilseledandet förstärks genom att Wasabröd kombinerar produktnamnet med olika attribut och företeelser som gör att konsumenten associerar till orten Mora, nämligen människor i folkdräkter, kurbitsmåleri, klockstapeln i Mora, knuttimrade hus

på fäbodvall, krögaren Å:s i Tällberg i Dalarna, ishockeyspelare från Mora IK samt traditionellt midsommarfirande. Vilsedandet förstärks ytterligare genom att Wasabröd använder sig av olika uttryck som gör att konsumenten associerar till Mora i Dalarna såsom ”knäckebröd från Mora”, ”matglädje från Dalarna”, ”här i Dalarna har hårt bröd sitt ursprung”, ”en ny brytbrödsfamilj framtagen i samarbete med familjen Å. i Tällberg”, ”ett lyft för Mora”, ”Moraknäckes midsommarguide”, ”lojala Morakunder”, och ”samlade streckkoder från Mora”. Vilsedandet förstärks slutligen också genom att ordet Mora inte skrivs som det registrerade varumärket, utan i ett flertal fall skrivs med stor begynnelsebokstav eller med versaler samt att det inte tydligt framgår att det är Wasabröd i Filipstad som är tillverkare av brödet.

### **Wasabröd**

Wasabröd bestrider att användningen av benämningen ”Mora” – som sådan eller i förening med andra påståenden och framställningar – skulle ge konsumenterna uppfattningen att brödet är tillverkat i eller har sitt ursprung i Mora eller Dalarna. Wasabröd bestrider sålunda att sådan användning utgör vilsedande om geografiskt ursprung. Benämningen ”Mora” fungerar som varumärke för företaget vilket konsumenterna också uppfattar. Varumärket är därigenom och även i övrigt inarbetat. ”Mora” – har bl.a. genom receptur och tillverkningsätt – anknytning till det s.k. knäckebrödsbältet och den däri ingående dalaregionen och Mora. Wasabröd har rätt att använda benämningen ”Mora”, skrivet såväl i det typsnitt som avses med det registrerade varumärket som i annat typsnitt, och därmed även att använda uttrycken ”från Mora” eller ”från Dalarna” liksom den i målet ifrågavarande dekoren.

Wasabröd bestrider också att användningen av benämningen ”Mora” skulle utgöra vilsedande om kommersiellt ursprung och – som Wasabröd uppfattat Leksandsbröd – skulle medföra risk för förväxling med rundknäcke från andra fabrikanter, såsom Leksandsbröd, med verksamhet i Dalarna. Wasabröd åberopar i denna del samma grunder som ovan anförts samt vill särskilt framhålla att konsumenterna inte uppfattar att ordet ”Mora” betyder att brödet är tillverkat i Mora eller Dalarna. Mora är inte känt för knäckebrödstillverkning, då någon tillverkning av knäckebröd aldrig skett i Mora.



Den första spisbrödsfabriken i Sverige startades i Stockholm år 1848. Även nästa fabrik etablerades i Stockholm år 1870. Wasabröds grundare, K. E. L., lät år 1919 bygga AB Skellefteå Spisbrödsfabrik. Skellefteåfabriken introducerade i början på 1930-talet Wasa Knäcke med Gustav Vasas i helfigur. Redan i augusti 1924 registrerades varumärket som föreställer bröstbilden av en man iförd 1500-tals dräkt inom en med kronor ornerad ram, med ordet ”Wasa” anbragt i ramens översta del. Wasabröd är fortfarande innehavare av detta varumärke. L. förvärvade successivt många spisbrödsföretag, inledningsvis Filipstads Bageri i Filipstad år 1931. Företaget fick till sist namnet WASA Spisbrödsfabrik. I april 1943 lät L. inregistrera ett figur- och ordmärke som beskrivs sålunda; inom en rektangulär ram med avskurna hörn till vänster bilden av Gustav Wasa från en klippa med året 1520 på denna; till höger upptill ett avlångt fält med ordet ”Wasa” och därunder med stora bokstäver orden ”Mora bröd” samt längre ned annan text. Varumärket är fortfarande gällande och innehas av Wasabröd. Såväl i märket som på förpackningarna till ”Mora bröd” angavs de tillverkande fabrikerna ”Skellefteå, Filipstad, Stockholm, Kristianstad”. Mora bröd tillverkades och salufördes under en följd av år på 1940- och 1950-talen.

Det s.k. knäckebrödsbältet omfattar framför allt region Mellan, dvs. i princip större delen av Svealand. I knäckebrödsbältet ingår även Värmland, där Filipstad är beläget. I Stora Tuna tillverkades sedan år 1968 Gammelgården men också tre andra rundbröd, nämligen Tuna Knäcke, Säter Knäcke och U-brödet. År 1976 lades tillverkningen i Stora Tuna ned och flyttades till Filipstad. Det var samma recept till de tre rundbröden och de ersattes efter flytten av ett enda rundbröd nämligen ”Mora Fullkornsknäcke”. Recepten för Gammelgården och de tre andra Stora Tunaknäckebröden överensstämmer med dem som används i Filipstadsfabriken efter det att tillverkningen flyttats dit. Den enda skillnaden är en smakmodifiering i form av kummin som tillsattes Tuna Knäcke, Säter Knäcke och U-brödet, som sedan blev Mora Fullkornsknäcke. Det är alltså samma recept och tillverkningsförfarande i Filipstad avseende Mora Fullkornsknäcke och Gammelgården som i Stora Tuna. De tre gamla rundbröden från Stora Tuna, Säterknäcke, Tuna Knäcke och U-bröd, kom att kallas ”Mora” först och främst därför att man ville ha en enhetlig beteckning, särskilt som det var fråga om tre identiska knäckebröd. Fråga var också om rundbröd med hål i mitten, som är vanliga i och kännetecknande för knäckebrödsbältet i vilket Dalarna ingår. Eftersom Wasabröd tidigare, under en följd av år, marknadsfört ett knäckebröd benämnt ”Mora bröd”, som dessutom inregistrerats

som ett – fortfarande gällande varumärke – valdes ”Mora” som kännetecken för de tre bröden från dalabageriet. Det fanns en naturlig koppling mellan Gustav Vasa, firmanamnet Wasa och varumärket Wasa, Mora och Dalarna. Någon förväxlingsrisk ansågs inte föreligga, eftersom det aldrig har funnits någon knäckebrödsfabrik i Mora. Mora Fullkornsknäcke kom att följas av ytterligare produkter för att år 1999 omfatta nio produkter.

Wasabröd ville år 1999 skapa ett varumärke för alla runda brytbröd, stora som mellan-stora, i en brytbrödsfamilj, Mora-familjen. I februari 1999 ingavs en varumärkesansökan av ett märke med ordet Mora i små bokstäver. Märket var utfört i rött med text i vitt och ram i svart. Det är den logon som finns på de förpackningar som är föremål för Marknadsdomstolens prövning. I juni 2000 registrerades det varumärket. Leksandsbröd har emellertid framställt invändning. I anslutning till det nya grafiska utförandet ändrades också dekoren på förpackningarna till den dekor som är föremål för domstolens prövning.

Blomsterdekoren på Mora Fullkornsknäcke hämtades till viss del från Säter Knäcke, Tuna Knäcke och U-brödet. Härtill fogades en man i folkdräkt och en klockstapel. Samma dekor fanns år 1979 på Mora Fullkornsknäcke och Mora Brungräddat. Den ensamme mannen i folkdräkt har ersatts av ett par i folkdräkt. Härefter har dekoren ytterligare stiliserats och den har i dag den utformning som är föremål för talan i målet, dvs. blomsterdekoration, klockstapel och ett par i folkdräkt. Dekoren är således i princip densamma på dagens förpackningar som på 1976 års förpackningar. Dekoren i form av blommor, ett par i folkdräkt och en klockstapel, är ingenting typiskt för Dalarna. De är typiska svenska allmogemoment som kan förekomma i vilket landskap som helst. Rosmålningen, som innefattar alla slags blommor, var inte unik för Dalarna. Klockstapeln, liksom bygdedräkter eller folkdräkter, är något som förekommit överallt på den svenska landsbygden. När det gäller folkdräkten är det fråga om en stiliserad folkdräkt som avviker markant från Moradräkten. Wasabröd har medvetet försökt utforma dekoren på förpackningarna på sådant sätt att knäckebrödet förknippas med mer allmängiltiga attribut för den svenska allmogen. Ej heller knuttimrade hus är något specifikt för Dalarna. När Gammelgården lanserades år 1969 angav Wasabröd på förpackningen att bilden utgjordes av en 1500-tals bondgård, kännetecknande för Vasatiden.

Uttrycket ”knäckebröd från Mora” har enbart använts under kort tid och togs bort på förpackningarna före årsskiftet 2000/2001, utom beträffande den mellanstora varianten, Mora Spisbröd, där alla förpackningar kasserades den 23 mars 2001. Orden ”från Mora” på förpackningarnas framsida, vilket även förekommer på baksidan, är skrivet med ordet Mora med små bokstäver. Det betyder inte något annat än att Morafamiljen, en produktgrupp av stora och mellanstora rundbröd, kom att utökas med ytterligare produkter, vilket skedde år 1999. Från Mora betyder inget annat än från Morafamiljen eller ”Moravarumärket”.

Uttrycket ”från Dalarna” har endast använts i utskick till dagligvaruhandeln i något reklamblad under år 1999. Bakgrunden härtill är det samarbete som ägt rum med krögarfamiljen Å. i Tällberg. Det har varit fråga om sedvanlig intygsreklam som krögarfamiljen ställt sig bakom. Bl.a. genom detta samarbete föreligger en anknytning till Dalarna.

Wasabröd bestrider att firmanamn för knäckebrödsprodukter och kännetecken för knäckebröd av tradition anspelat på tillverkningsorten och vidhåller att detta i vart fall inte är något som är speciellt för knäckebrödsbranschen utan gäller i så fall hela dagligvarusektorn.

Wasabröd har använt benämningen ”Mora” i sitt ”Mora bröd” under en lång följd av år under 1940- och 1950-talen. Benämningen ”Mora” har använts utan avbrott sedan år 1976, dvs. i 27 år. Av den åberopade inarbetsundersökningen framgår att ”Mora” är ett inarbetat varumärke. Resultatet ligger väl i linje med de undersökningar som genomförts av Wasabröd tidigare. Av den förväxlingsundersökning som Wasabröd låtit göra framgår att hela 70 % av de tillfrågade inte trodde att knäckebrödet Mora tillverkades i Mora, vilket måste anses vara ett mycket högt procenttal. Benämningen Mora var föremål för Konsumentverkets bedömning år 1979. Ärendet avskrevs dock. Det ärendet behandlades endast tre år efter det att Wasabröd ånyo tog upp användningen och marknadsföringen av benämningen ”Mora”. Härefter har nästan 25 års användning förevarit, varför ”Mora” i vart fall numera måste anses inarbetat.

Mora har aldrig varit känt för knäckebrödstillverkning. Den faktiska tillverkningsorten saknar betydelse för konsumenterna. På samtliga Moraförpackningar anges med stora bokstäver att brödet är tillverkat i Filipstad.

Sammanfattningsvis vill Wasabröd framhålla att benämningen ”Mora” är ett inarbetat varumärke och att konsumenterna också uppfattar det på det sättet. Dekoren på förpackningarna är inte och kan inte uppfattas som något specifikt för Dalarna utan som allmogemoment från vilket landskap som helst i Sverige, inklusive Dalarna. Förpackningar för åren 1976, 1979 och 1991 är i stort sett identiska. Användningen av dekoren har pågått under mycket lång tid och den kan därmed också anses såsom inarbetad. Wasabröd och dess produkter har i vart fall anknytning eller koppling till Dalarna och Mora. Wasabröds användning av benämningen ”Mora” och/eller dekoren är således inte vilseledande och inte heller användningen av påtalade uttryck i övrigt är, med hänsyn till de omständigheter under vilka de förekommer, vilseledande.

## **BEVISNING**

Parterna har åberopat omfattande skriftlig bevisning.

På Leksandsbröds begäran har förhör under sanningsförsäkran hållits med verkställande direktören i Leksandsbröd R. J. Vidare har vittnesförhör hållits med professorn L. P. och ekonomie doktorn F. M.

På Wasabröds begäran har förhör under sanningsförsäkran hållits med verkställande direktören i Wasabröd M. H. Vidare har vittnesförhör hållits med utvecklingschefen på Wasabröd L. H., professorn U. B., undersökningsledaren K. H. och universitetslektorn G. B.

## **DOMSKÄL**

Enligt 4 § marknadsföringslagen (1995:450), MFL, skall marknadsföring stämma överens med god marknadsföringssed och även i övrigt vara tillbörlig mot konsumenter och näringsidkare. I 6 § MFL stadgas att en näringsidkare vid marknadsföringen inte får använda påståenden eller andra framställningar som är vilseledande i fråga om närings-

idkarens egen eller någon annan näringsidkares verksamhet. I paragrafen anges exempel på i vilka avseenden framställningar inte får vara vilseledande, bl.a. i fråga om produktens ursprung. Enligt förarbetena till MFL avses med framställningar såväl skriftliga som muntliga framställningar i annonser, broschyrer och på förpackningar, inklusive förpackningsdekorer m.m. (prop. 1994/95:123 s. 166). Det ankommer enligt praxis på marknadsföraren att visa att påtalad marknadsföringsåtgärd är vederhäftig (anförda prop. s. 153).

Marknadsdomstolen har intagit den ståndpunkten att den marknadsrättsliga bedömningen sker fristående från immaterialrättsliga överväganden (se bl.a. MD 1994:25). Det förhållandet att kännetecknet Mora skulle kunna anses inarbetat i enlighet med vad Wasabröd anfört i målet innebär således inte att dess användning i marknadsföringen inte skulle kunna vara vilseledande i den mening som avses i MFL.

Marknadsdomstolen har i målet att bedöma om Wasabröds användning av benämningen Mora, såväl ensamt som tillsammans med skilda attribut och uttryck, i dess marknadsföring innebär ett vilseledande om brödets geografiska och kommersiella ursprung i strid mot 6 § MFL.

I det följande behandlar Marknadsdomstolen yrkandena i ett sammanhang.

Varors ursprung kan vara av betydande intresse för konsumenter och utgör ofta väsentlig information utifrån skilda aspekter. Det kan vara fråga om ett visst geografiskt ursprung eller ett visst kommersiellt sådant som vunnit uppskattning. Det kan också handla om ursprungsuppgifter som inger särskilt förtroende på grund av att de uppfattas garantera vissa egenskaper. I fall som dessa aktualiseras tydligt kravet på att marknadsföringen inte är vilseledande beträffande en varas ursprung.

Vid bedömning enligt MFL av om en framställning är vilseledande eller inte beaktas enligt praxis i första hand det helhetsintryck som ett reklammeddelande ger vid en flyktig kontakt. Det är således den betydelse som en genomsnittskonsument i allmänhet kan antas uppfatta att reklamen har som tas i beaktande. Vid en sådan bedömning av helhetsintrycket måste i förekommande fall även beaktas förekomsten av åtgärder som kan anses motverka ett i annat fall vilseledande intryck. För att man skall kunna anse att

en sådan neutraliserande effekt har uppnåtts, skall resultatet av helhetsbedömningen leda till slutsatsen att risken för att den som tar del av marknadsföringen vilseleds kan anses typiskt sett ha undanröjts. Den marknadsrättsliga bedömningen blir sålunda i hög grad beroende av omständigheterna i det enskilda fallet.

Leksandsbröd har gjort gällande att Wasabröds användning av produktnamnet Mora är vilseledande eftersom konsumenterna uppfattar namnet som en geografisk ursprungsbeteckning på grund av den tradition som finns i branschen att döpa produkterna efter tillverkningsorten. Leksandsbröd har därvid framhållit att det s.k. rundbrödet har sitt ursprung i Dalarna, att konsumenterna förknippar sådant bröd med Dalarna samt att bygderna runt Siljan på ett positivt sätt har förknippats med rundknäcke, något som även framgår av ett uttalande av Wasabröd i ett pressmeddelande. Enligt Leksandsbröd visar företagets goda produktionsutveckling hur starkt ett varumärke från Dalarna är och hur betydelsefullt det har varit för Leksandsbröd att ha tillverkningen i Leksand i Dalarna.

Wasabröd å sin sida, har bestritt att firmanamn för knäckebrödsprodukter och kännetecken för knäckebröd av tradition anspelat på tillverkningsorten. Den faktiska tillverkningsorten saknar enligt Wasabröd betydelse i sammanhanget.

Wasabröd har vidare hävdatt att Mora är ett varumärke och att konsumenter i allmänhet också uppfattar det som sådant samt att det finns en naturlig förklaring till varför knäckebrödet har fått detta namn. Wasabröd har därvid särskilt påtalat den långvariga användningen av benämningen Mora på de i målet aktuella typerna av knäckebröd. Enligt uppgift har Wasabröd använt detta namn på sitt knäckebröd i form av runda kakor oavbrutet sedan 1970-talet. Viss anknytning till beteckningen går så långt tillbaka som till 1940-talet.

Enligt Marknadsdomstolens mening ger utredningen i målet stöd för antagandet att det i marknadsföringssammanhang finns ett positivt samband mellan tillverkningen av bröd av nu aktuellt slag och Dalarna samt att anknytningen till Dalarna kan ha betydelse för konsumenten. När ett Ortsnamn från Dalarna används som produktnamn på sådant bröd kan det därför ligga nära till hands för många konsumenter att uppfatta detta också som en angivelse av ursprunget. Att kalla ett knäckebröd för Mora talar således med viss styrka för att detta kan leda många konsumenter till tanken att brödet verkligen har

tillverkats där eller i vart fall har sitt ursprung i ett recept eller tillverkningsätt hänförligt till orten. Detta gäller inte minst om det saknas andra igenkänningstecken eller omständigheter som kan neutralisera detta intryck. Redan benämningen Mora, sedd för sig, kan således enligt Marknadsdomstolens mening förmedla ett intryck av att produkterna kommer från Mora i Dalarna.

Vid bedömningen av om marknadsföringen är vilseledande måste – såsom ovan anförts – emellertid samtliga omständigheter beaktas. Om marknadsföringen i övrigt har utformats så att neutraliserande åtgärder medför att helhetsintrycket inte blir vilseledande, föreligger inget hinder mot användningen av benämningen Mora. I målet har bl.a. förevisats ett antal brödpaket på vilka det på baksidan eller på sidan informerats om tillverkare och tillverkningsort. Texten är emellertid förhållandevis liten och i viss mån svårtillgänglig för den enskilde konsumenten och upplysningen i sin nuvarande utformning är inte så tydlig och framträdande att det intryck som benämningen Mora kan förmedla neutraliseras.

Leksandsbröd har också hävdats att vilseledandet förstärks genom att Wasabröd kombinerat produktnamnet Mora med olika attribut, företeelser och uttryck, som gör att konsumenterna associerar till orten Mora eller Dalarna. Leksandsbröd har härvid särskilt framhåvt dels att brödförpackningarna har sådana attribut som är förknippade med Dalarna såsom människor i folkdräkt, kurbitsmåleri, klockstapeln i Mora, knuttimrade hus på fäbodvall och krögaren Å:s i Tällberg i Dalarna, dels att marknadsföringen i övrigt innefattar beskrivning av traditionellt midsommarfirande och sponsring av ishockeylaget Mora IK, dels ock uttryck såsom ”knäckebröd från Mora” och ”matglädje från Dalarna”. Wasabröds användning av dessa olika attribut, företeelser och uttryck, tillsammans med benämningen Mora kan enligt Leksandsbröd ge konsumenterna en stark association till både orten Mora och landskapet Dalarna.

Häremot har Wasabröd – som framgått av det tidigare – hävdats att konsumenterna uppfattar namnet Mora som det varumärke det är och som vidare förklaring av benämningen anförts bl.a. följande. När Wasabröd lade ner tillverkningen i Stora Tuna av produkterna Säter Knäcke, Tuna Knäcke och U-bröd och flyttade den till Filipstad kom benämningen Mora att användas som samlingsnamn. Det fanns en koppling mellan det av Wasabröd registrerade varumärket Mora bröd och valet av benämningen Mora så till

vida att det s.k. knäckebrödsbältet, där bl.a. Dalarna ligger, kännetecknas av de runda bröden och sådana hade tillverkats i de bagerier som lades ner. Man valde namnet Mora som ett samlingsnamn därför att Mora är en neutral ort i Dalarna, som är en viktig region i knäckebrödsbältet. Klockstapeln och kläderna, liksom namnet, är symbolik och det är inte meningen att konsumenterna skall tro att produkten härstammar från Mora. Användningen av kännetecknet Mora har en naturlig anknytning till Gustav Vasa och Mora. Recepten och brödtypens ursprung från Stora Tuna gjorde det naturligt att välja ett namn som Mora, som kommer från den aktuella regionen och som fanns registrerat.

Marknadsdomstolen har i det föregående funnit att redan benämningen Mora, sedd för sig, kan associera till orten Mora i Dalarna och att detta intryck inte neutraliserats i tillräcklig grad genom uppgift om tillverkare och tillverkningsort i sin nuvarande utformning. De av Leksandsbröd påtalade attributen, företeelserna och uttrycken är närmast ägnade att förstärka det intryck som benämningen Mora kan förmedla, nämligen att produkten kommer från Mora och Dalarna. Visserligen kan några av dessa åtgärder sedda var för sig ge utrymme för en vidare tolkning på sätt som Wasabröd hävdar, dvs. att de inte nödvändigtvis hänför sig till orten Mora eller landskapet Dalarna. Vid en helhetsbedömning får de emellertid anses påtagligt anknyta till orten Mora och landskapet Dalarna. Särskilt framträdande blir det genom kurbitsmåleriet och klockstapeln och uttrycken ”från Mora” och ”från Dalarna”.

Frågan blir då om den av Wasabröd framhävda långvariga användningen av benämningen ändå bör medföra en annan bedömning.

En långvarig användning av ett kännetecken på en produkt kan i och för sig medföra att ett eventuellt vilseledande minskar i betydelse. Den karaktär av kännetecken som därigenom gradvis kan ha erhållits utesluter emellertid inte att benämningen också kan ha kvar en innebörd av ursprungsangivelse, inte minst på ett område där ursprunget tillmäts betydelse av konsumenterna. Enligt Marknadsdomstolens mening har Wasabröds användning av allehanda dalaattribut varit ägnade att motverka att den geografiska innebörden hos benämningen Mora trätt i bakgrunden.

Vid en samlad bedömning finner Marknadsdomstolen att den påtalade marknadsföringen genom användandet av benämningen Mora i sig och/eller i förening med andra



påståenden och framställningar är ägnad att ge konsumenten uppfattningen att varan har sitt ursprung i Mora eller Dalarna eller kommer från en tillverkare i Mora eller i Dalarna. Bedömningen ändras inte av det förhållandet att Wasabröd under en längre tid använt benämningen Mora i sin marknadsföring.

Vid denna utgång saknas anledning att ta ställning i fråga om använd marknadsföring även är vilseledande beträffande kommersiellt ursprung.

Mot bakgrund av det anförda finner Marknadsdomstolen att marknadsföringen är vilseledande enligt MFL. Leksandsbröds yrkanden skall därför vinna bifall. Förbudet bör utformas som ett förbud att vid marknadsföring av knäckebröd använda benämningen Mora, ensamt eller i förening med andra påståenden och framställningar, så att därigenom skapas intryck av att produkten tillverkas i eller annars har sitt ursprung i Mora eller Dalarna, om så inte är fallet.

Wasabröd har – för det fall Leksandsbröds talan skulle bifallas – hemställt om en övergångstid om minst 18 månader innan förbudet träder i kraft. Leksandsbröd har anført att denna tid i så fall bör vara kort, längst sex månader. Med hänsyn till omständigheterna i målet finner Marknadsdomstolen att Wasabröd bör medges viss tid för omställning och att denna tid bör bestämmas till ett år från dagen för Marknadsdomstolens dom.

#### *Vite*

Enligt 19 § MFL skall ett förbud förenas med vite, om det inte av särskilda skäl är obehövt. Marknadsdomstolen finner att förbuden för Wasabröd skall förenas med vite som bör bestämmas till 400 000 kr.

#### *Rättegångskostnader*

Vid denna utgång är Leksandsbröd berättigat till ersättning för sina rättegångskostnader. Leksandsbröd har begärt ersättning med 865 753 kr, varav 575 000 kr utgör ombuds-

arvode. Wasabröd har inte haft någon erinran mot den av Leksandsbröd yrkade ersättningen. Beloppet får anses skäligt.

På Marknadsdomstolens vägnar

C H Fallenius

Ledamöter: Christer Fallenius, ordförande, Ingegerd Westlander, Per Eklund (skiljaktig) och Anders Stenlund.

Sekreterare: Elisabeth Sundlöf

## PROTOKOLL

Per Eklund är skiljaktig och anför:

I frågan om Wasabröds användning av benämningen Mora ensamt innebär ett vilseledande om brödets geografiska ursprung i strid mot 6 § MFL gör jag en annan bedömning än majoriteten. Vad jag menar med en ensam användning av benämningen är ett bruk av namnet Mora utan samband med sådana framställningar på brödförpackningarna som är förknippade med Dalarna och Mora såsom bl.a. kurbitsmåleriet och klockstapeln i Mora samt uttrycken ”från Mora” och ”från Dalarna”.

Det är ostridigt, att Wasabröd oavbrutet använt benämningen Mora på de i målet aktuella slagen av knäckebröd, däribland de i form av runda kakor, sedan 1970-talet. Viss anknytning till beteckningen går så långt tillbaka som till 1940-talet.

Den – som det måste uppfattas – mycket långvariga användningen av beteckningen Mora aktualiserar frågan om benämningen, när den brukas för knäckebröd, av konsumenterna primärt uppfattas som ett kännetecken och inte som en geografisk angivelse. De utredningar som åberopats i målet för att söka utröna konsumenternas uppfattning i denna fråga ger inte tillräcklig vägledning för några säkra slutsatser.

Härtill bör enligt min mening följande beaktas. Även om utredningen i målet ger stöd för antagandet att det i marknadsföringssammanhang finns ett positivt samband mellan tillverkningen av bröd av nu aktuellt slag och Dalarna samt namnet Mora onekligen kan förknippas med detta landskap, ger emellertid vad som framkommit i målet knappast underlag för bedömningen att produkter av detta slag har en särskilt påtaglig anknytning till enbart orten Mora såsom uttryck för kvalitet, tillverkningstradition etc. Med hänsyn härtill föreligger enligt min mening inte sådana omständigheter som med tillräckligt grad av säkerhet utvisar att det måste betraktas som vilseledande i sig att använda benämningen Mora på ett knäckebröd som inte tillverkas på orten Mora. Jag menar följaktligen att det redan på grund av det här anförda knappast föreligger ett vilseledande i MFL:s mening som innebär att konsumenter efterfrågar Mora-bröd av skäl som helt el-

ler delvis har att göra med att produkten har en varubeteckning som också är namnet på en ort med en förväntad traditionell knäckebrödstillverkning.

Det anförda leder enligt min mening till följande bedömning. Den mycket långvariga användningen av benämningen Mora ensamt på det sätt jag inledningsvis preciserat – i förening med vad jag framhållit i fråga om beteckningen Moras mycket svaga anknytning till en ort med knäckebrödstillverkning – får anses ha ”utsläckt” respektive anses ”utsläcka” de eventuella förväntningar som konsumenter kan tänkas ha haft respektive kan tänkas ha i fråga om platsen för tillverkningen av Wasabröds Mora-bröd; konsumenters intryck av produktnamnet Mora får i stället antas vara att namnet står för ett kännetecken för de aktuella knäckebrödsprodukterna. Det är således enligt min mening inte fråga om något vilseledande om geografiskt ursprung när Wasabröd marknadsför knäckebröd under namnet Mora endast.

Överröstad i denna fråga är jag i övrigt ense med majoriteten. Det betyder att jag ser inga problem med att förena min skiljaktiga mening med bedömningen att betrakta Wasabröds marknadsföring av knäckebröd som vilseledande när benämningen Mora på knäckebröd används i förening med andra påståenden och framställningar som klart ger intryck av att produkten är tillverkad i eller har sitt ursprung i Mora eller Dalarna.