

**KÄRANDE**

Dometic Appliances AB, 556598-2674,  
S:t Göransgatan 143, 112 51 STOCKHOLM  
Ombud: advokaten Helén Waxberg och jur. kand. Malin  
Backlund, Mannheimer Swartling Advokatbyrå AB,  
Box 1711, 111 87 STOCKHOLM

**SVARANDE**

Thetford B.V.,  
Postbus 169, 4870AD Etten-Leur, Nederländerna  
Ombud: advokaten Ragnar Lundgren och jur. kand.  
Kristian Fredrikson, RydinCarlsten Advokatbyrå AB,  
Box 1766, 111 87 STOCKHOLM

**SAKEN**

marknadsföring av kylskåp

---

**DOMSLUT**

1. Marknadsdomstolen förbjuder Thetford B.V. vid vite av fyrahundratusen (400 000) kronor att vid marknadsföring av absorptionskylskåp på sätt som skett använda en trestjärnig symbol, att påstå eller referera till att kylskåpens fryslock är trestjärniga eller att använda andra påståenden eller referenser med väsentligen samma innehåll.
2. Thetford B.V. förpliktas ersätta Dometic Appliances AB dess rättegångskostnader med femhundranittontusenfemhundrasextiofem (519 565) kronor, jämte ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker. Av beloppet avser 500 000 kronor ombudsarvode.

## **YRKANDEN**

Dometic Appliances AB (Dometic) har yrkat att Marknadsdomstolen skall förbjuda Thetford B.V. (Thetford) vid löpande vite om 1 000 000 kr var gång överträdelse sker att vid marknadsföring av absorptionskylskåp använda en trestjärnig symbol, att påstå eller referera till att kylskåpens frysfack är trestjärniga eller att använda andra påståenden eller referenser med väsentligen samma innehåll.

Thetford har bestritt Dometics talan.

Parterna har yrkat ersättning för sina rättegångskostnader.

## **GRUNDER OCH UTVECKLING AV TALAN**

Parterna har anfört i huvudsak följande.

### **Dometic**

Dometic är en av världens största tillverkare av absorptionskylskåp, spisar och andra tillbehör för husvagnar, husbilar och fritidsbåtar. Bolaget marknadsför och säljer sina produkter i över 50 länder runt om i världen och omsatte under år 2002 ca 6,3 miljarder kronor.

Dometic tillhörde tidigare Electrolux-koncernen och det var inom denna koncern som den s.k. absorptionstekniken utvecklades för ca 70 år sedan. Denna teknik har flera fördelar och innebär bl.a. att kylskåpen kan anslutas till olika typer av energikällor, att kylskåpen är ljudlösa och att underhållsbehovet minskar. Absorptionskylskåp lämpar sig därför särskilt väl för att installeras i husvagnar och husbilar. Dometic har under många år varit ledande på den europeiska marknaden för absorptionskylskåp och denna produkt utgör en viktig del av Dometics affärsverksamhet i Sverige och övriga världen.

Thetford är ett holländskt bolag som tillhör den amerikanska Thetford-koncernen, vilken är en av de ledande tillverkarna av absorptionskylskåp i USA. Under förra året trädde Thetford-koncernen även in på den europeiska marknaden för absorptionskylskåp genom att lansera kylskåpsserien Norcold. Thetford är koncernens europeiska huvudkontor och ansvarar bl.a. för tillverkning och marknadsföring av Norcold absorptionskylskåp avseende den

europiska marknaden och omsätter ungefär 1,4 miljarder kronor per år. Ett av Thetfords främsta säljargument vid marknadsföringen av de två största kylskåpsmodellerna, N100 och N145, på bl.a. den svenska marknaden har varit att de är utrustade med trestjärniga frysack. Den trestjärniga symbolen har också varit integrerad i synliga detaljer både utanpå och inuti kylskåpen.

Tre stjärnor är den högsta graderingen enligt den internationella standarden för kylskåp, ISO 7371, och representerar således den bästa frysformågan i kylskåpens frysack. Ingen kylskåpstillverkare har ännu lyckats tillverka ett absorptionskylskåp med trestjärnigt frysack. Ett påstående om trestjärnigt frysack får därför stor genomslagskraft i marknadsföringen.

Kraven för trestjärnig klassificering framgår av ISO 7371 som även i samma lydelse har antagits som europeisk och svensk standard (EN ISO 7371 respektive SS-EN ISO 7371). Enligt denna standard graderas frysack i tre olika nivåer: enstjärniga fack vari temperaturen inte får överstiga  $-6\text{ }^{\circ}\text{C}$ , tvåstjärniga fack vari temperaturen inte får överstiga  $-12\text{ }^{\circ}\text{C}$  och trestjärniga fack vari temperaturen inte får överstiga  $-18\text{ }^{\circ}\text{C}$ . Standarden delar även in kylskåpen i fyra olika klimatklasser, vilka anger ett temperaturintervall för luften i omgivningen. De i målet påtalade kylskåpsmodellerna tillhör klimatklassen ”Extended temperature” (SN) med ett temperaturintervall från  $+10$  till  $+32\text{ }^{\circ}\text{C}$ . Detta innebär att kylskåpens frysack måste kunna behålla den högsta tillåtna temperaturen inom det angivna temperaturintervallet. Temperaturen i ett trestjärnigt frysack i klassen Extended temperature (SN) får med andra ord enligt ISO 7371 inte vara högre (varmare) än  $-18\text{ }^{\circ}\text{C}$  vid en temperatur i omgivningen i intervallet  $+10$  till  $+32$  grader  $^{\circ}\text{C}$ .

Resultat från tester avseende Thetfords kylskåp N100 och N145, utförda av det oberoende tyska ”Institut für Technische Thermodynamik und Kältetechnik der Universität Karlsruhe” den 5 respektive den 20 augusti 2002, visar att frysacken i de i målet påtalade kylskåpsmodellerna inte uppfyller kraven för trestjärnig klassificering. Av testrapporten beträffande Thetfords kylskåpsmodell N100 framgår att den lägsta (kallaste) temperaturen i kylskåpets frysack var  $-15,6\text{ }^{\circ}\text{C}$  vid anslutning till 230 V nätspänning respektive  $-8,5\text{ }^{\circ}\text{C}$  vid anslutning till 12 V likspänning vid en temperatur i omgivningen om  $+32\text{ }^{\circ}\text{C}$ . Motsvarande resultat för Thetfords kylskåpsmodell N145 var  $-11,3\text{ }^{\circ}\text{C}$  respektive  $-6,7\text{ }^{\circ}\text{C}$ .

I sammanhanget bör också tilläggas att Thetford i sin försäljningsbroschyr har åberopat den trestjärniga symbolen tillsammans med en fotnot. I denna förklarar Thetford att de tester

som Thetford grundar påståendet om trestjärnig klassificering på utförts vid 25 °C och 230 V växelström. Efter det att Dometic väckt talan i målet har Thetford – enligt uppgift från Thetford den 17 oktober 2002 – ändrat försäljningsbroschyren på så sätt att den trestjärniga symbolen tagits bort och istället återfinns texten ”Frysack med hög kapacitet. Frysackets på våra stora modeller N 100 och N 145 når en temperatur av – 18 °C vid 25 °C omgivningstemperatur vid drift på 230 V”. Thetford marknadsför således fortfarande kylskåpen under åberopande av att frysacken uppnår en temperatur av – 18 °C, dvs. den temperaturgräns som krävs för trestjärnig klassificering enligt ISO 7371.

I början av september förra året fick Dometic kännedom om att Thetford i sin marknadsföring på den svenska marknaden gjorde påståenden om trestjärnig klassificering beträffande de påtalade kylskåpsmodellerna. Påståendena förekom i den mässkatalog som fanns utlagd på Elmia-mässans hemsida inför den då förestående mässan ”Elmia husvagn och husbil 2002” i Jönköping. Denna mäsas är Skandinavien största husvagns- och husbils-evenemang. Mässan återkommer årligen och brukar ha över 30 000 besökare och utgör en av de viktigaste tillfällena för marknadsföring för företag verksamma inom husvagns- och husbilsbranschen. Förra året pågick mässan den 12 – 15 september. Så snart Dometic hade blivit varse Thetfords påståenden om trestjärnig klassificering kontaktade Dometic Thetford i ett brev daterat den 9 september 2002. I brevet begärde Dometic att Thetford skulle ta bort referensen till den trestjärniga klassificeringen i mässkatalogen på internet och att Thetford samtidigt skulle bekräfta att den trestjärniga symbolen inte skulle användas vid bolagets marknadsföring av de påtalade kylskåpsmodellerna. I brevet redogjorde Dometic vidare utförligt för skälen till varför Dometic ansåg att Thetfords påstående var vilseledande och de krav som följer av ISO 7371 och marknadsföringslagen i aktuella hänseenden. Dometic bifogade också nämnda testresultat från ”die Universität Karlsruhe” och betonade vikten av att påståendena om trestjärnig klassificering inte spreds på den förestående mässan. Thetford ombads vidare att senast den 10 september 2002 kl. 18.00 bekräfta att bolaget avsåg att upphöra med användandet av den trestjärniga symbolen, vilken frist förlängdes till den 11 september kl. 09.00 på begäran av Thetfords advokat. Det var nödvändigt med en kort svarsfrist eftersom mässan skulle starta dagen därpå och att allt vilseledande marknadsföringsmaterial skulle hinna undanröjas innan dess.

Frågeställningen var dock inte ny för Thetford. Redan den 26 augusti 2002 ansökte Dometics tyska systerbolag, Dometic GmbH, om stämning mot Thetford vid Landgericht Düsseldorf. Processen i Tyskland avsåg exakt samma fråga som den som nu är föremål för Mark-

nadsdomstolens prövning. Den 29 augusti förra året meddelade den tyska domstolen interimistiskt förbud för Thetford att i sin marknadsföring påstå att bolaget är den förste och ende tillverkaren av absorptionskylskåp som kan erbjuda trestjärniga frysack och att marknadsföra sådana kylskåp märkta med den trestjärniga symbolen.

Trots den tyska domstolens beslut efterkom Thetford inte Dometics begäran om att upphöra med påståendena om trestjärnig klassificering på den svenska marknaden. Thetford presenterade inte heller någon bevisning till stöd för sina påståenden om trestjärniga frysack. I syfte att begränsa sin skada nödgades Dometic därför vända sig till mässarrangören, Elmia AB, med en vädjan om att Elmia AB – i sin egenskap av mässarrangör och utgivare av mässkatalogen – inte skulle medverka till att vilseledande information spreds. Med anledning härav kontaktade Elmia AB Thetford och begärde att Thetford skulle förebringa material till styrkande av sina påståenden om trestjärnig klassificering. Thetford presenterade dock inte heller vid detta tillfälle någon bevisning till stöd för sina påståenden. Efter en självständig bedömning av Thetfords marknadsföring reviderade Elmia AB mässkatalogen på internet och tryckte upp ett rättelseblad till katalogen i pappersform.

Eftersom Thetford inte efterkom Dometics begäran om bekräftelse på att bolaget skulle upphöra med den påtalade marknadsföringen gav Dometic in ansökan om stämning i förevarande mål den 11 september 2002 och yrkade därvid bl.a. att Marknadsdomstolen skulle meddela ett interimistiskt förbud. Med hänsyn till Elmia-mässans stora betydelse i marknadsföringssammanhang var det av mycket stor vikt för Dometic att Marknadsdomstolen prövade Dometics yrkande om interimistiskt förbud innan mässan startade. Thetford lät sig dock delges ansökan om stämning först sedan tre veckor förflutit eftersom Thetford krävde att handlingarna skulle översättas till holländska, trots att bolaget har ett representationskontor i Sverige och ingår i en amerikansk koncern samt dessutom redan hade vidtalat ett svenskt ombud som varit i kontakt med Dometic i ärendet. I slutet av oktober 2002 begärde Thetford även anstånd med att inkomma med yttrande till Marknadsdomstolen under åberopande av att förlikningsförhandlingar initierats av Thetford. Thetford visade dock inget verkligt intresse av att diskutera en förlikning med Dometic och diskussionerna blev därför resultatlösa.

Under den tid som skriftväxling pågick mellan parterna och domstolsförfaranden hade initierats i såväl Tyskland som Sverige fortsatte Thetford att utnyttja den trestjärniga symbolen i sin marknadsföring. På Elmia-mässan ställde Thetford således ut kylskåp försedda med den

trestjärniga symbolen och bolaget refererade även till den trestjärniga klassificeringen i sitt marknadsföringsmaterial. Annonser med de vilseledande produktpåståendena infördes vidare i tidskrifterna ”Allt om husvagn och camping” och ”Caravanbladet” i oktober 2002.

Omedelbart efter den tyska domstolens beslut om interimistiskt förbud ställde Thetford även ut kylskåp med den trestjärniga symbolen på mässan ”Caravan Salon” i Düsseldorf. Thetford delade också ut reklamblad på denna mässa i vilka Thetford påstod sig vara den enda tillverkare som kunde erbjuda kylskåp med trestjärnig klassificering. Med anledning härav och på talan av Dometic GmbH dömde den tyska domstolen den 11 oktober 2002 ut det Thetford förelagda vitet till ett belopp om 20 000 euro. I beslutet konstaterade den tyska domstolen att Thetford uppsåtligen brutit mot förbudet och att den omständigheten att Thetford i sitt marknadsföringsmaterial angivit att testerna utförts vid 25 °C omgivningstemperatur och 240 V växelström inte innebär att hänvisningen till de tre stjärnorna blir mindre vilseledande utan tvärtom får den normala användaren intryck av att detta utgör en förklaring till vad trestjärnebegreppet innebär, vilket Thetford måste ha insett. Den tyska underinstansens beslut i fråga om utdömandet av vite har dock sedermera undanröjts av högre rätt och ärendet har återförvisats till underinstansen för fortsatt handläggning. Den tyska underinstansens förbudsdom har emellertid vunnit laga kraft.

I detta sammanhang finns även skäl att peka på att Thetford i två yttranden till Marknadsdomstolen i september respektive oktober 2002 bestred att Thetford överträtt den tyska domstolens beslut och att yttrandena även var formulerade på så sätt att de kan uppfattas som att frågan om utdömande av vite över huvud taget inte var föremål för domstolsprövning. I det senare yttrandet uppgav även Thetford att all märkning med den trestjärniga symbolen upphört från den 12 september 2002, dvs. den dag då Elmia-mässan startade, och att alla hänvisningar till de tre stjärnorna upphört samma dag. Detta påstående var dock oriktigt eftersom det numera klarlagts att påståenden om trestjärnig klassificering gjordes under hela Elmia-mässan. Thetford fortsatte också att marknadsföra de påtalade kylskåpsmodellerna i Holland, Frankrike, Italien och Spanien. Thetford lät t.ex. föra in annonser med påståenden om trestjärnig klassificering i oktobernumret av den spanska tidskriften ”El Campo y su Mundo”.

I november 2002 skickade Thetford dessutom ut ett kundbrev och ett pressmeddelande till mottagare i Sverige och övriga Europa. I pressmeddelandet uppgav Thetford bl.a. att bolaget frivilligt frångått den trestjärniga klassificeringen för att undvika en långdragen diskussion

med en konkurrent som invänt mot klassificeringen. Enligt kundbrevet avsåg dock ändringen endast den formella klassificeringen och Thetford framhöll att inga av de aktuella kylskåpens excellenta egenskaper förändrats och Thetford garanterade utan förbehåll kylskåpens kvalitet och försäkrade att all information som tidigare lämnats om kylskåpens tekniska prestanda varit korrekt. Enligt Dometic ger såväl pressmeddelandet som kundbrevet oklar och dubbeltydig information och Dometic profiterar härigenom på den tidigare marknadsföringen.

Sammanfattningsvis gör Dometic gällande att den påtalade marknadsföringen är vilseledande såvitt avser produkternas kvalitet och andra egenskaper samt att den står i strid med god marknadsföringssed och är otillbörlig mot näringsidkare och konsumenter. Dometics förbudsyrkande skall därför bifallas. Det är vidare nödvändigt att ett förbud formuleras i enlighet med Dometics yrkande för att Thetford inte skall kunna profitera på den tidigare marknadsföringen på sätt som beskrivits ovan. Några särskilda skäl till varför ett vitesföreläggande skulle vara obehövt har inte framkommit utan tvärtom finns det – mot bakgrund av vad som anförts om Thetfords agerande hösten 2002 – skäl att befara att Thetford kan komma att åsidosätta Marknadsdomstolens beslut upprepade gånger. Ett förbud måste därför förenas med ett kännbart löpande vite i enlighet med Dometics yrkande.

## **Thetford**

Thetford är ett amerikanskt företag som bl.a. tillverkar absorptionskylskåp. Bolaget är en betydande aktör på den amerikanska marknaden för absorptionskylskåp men är nykomling och en liten aktör på den europeiska marknaden. Dometic däremot har en andel om ca 90 % av den svenska marknaden som omsätter ca 8 miljoner kronor. År 2002 lanserade Thetford de i målet aktuella kylskåpsmodellerna i Europa. Vid marknadsföringen i Sverige användes den trestjärniga symbolen i Thetfords försäljningsbroschyr tillsammans med texten; "Frys-facken med tre stjärnor når en temperatur av  $-18\text{ }^{\circ}\text{C}$ . Provningsen gjord vid  $25\text{ }^{\circ}\text{C}$  omgivningstemperatur och vid drift med 220 V växelström". Detta påstående har verifierats vid oberoende tester och kylskåpens prestanda var i och för sig uppseendeväckande på marknaden och väckte naturligtvis ett intresse för Thetfords kylskåp. Det är även riktigt att den trestjärniga symbolen utan någon förklarande text förekom i Elmia AB:s mässkatalog.

Det är också riktigt som Dometic påstått att de aktuella kylskåpens frysack inte når ned till en temperatur om  $-18\text{ }^{\circ}\text{C}$  vid en omgivningstemperatur om  $32\text{ }^{\circ}\text{C}$  och Thetford ifrågasätter inte heller resultaten av de av Dometic åberopade testerna.

Thetfords marknadsföring på den svenska marknaden riktar sig dock inte till enskilda konsumenter utan till tillverkare av husvagnar och husbilar, dvs. fackmän som gör långsiktiga inköp efter noggranna överväganden, bl.a. genom att mycket noga ta del av den tekniska specifikationen. Den trestjärniga symbolen kan därvid möjligen väcka ett visst intresse men det avgörande för att ett köp skall äga rum är kylskåpens prestanda. Dessa fackmän talar vidare ofta om en stjärna i betydelsen  $-6\text{ }^{\circ}\text{C}$  och att varje tillkommande stjärna innebär en temperatursänkning om ytterligare  $-6\text{ }^{\circ}\text{C}$ . Det låter sig inte klart utrönas vilken omgivningstemperatur man då tänker sig bortsett från att denna temperatur vid normalt användande i en husvagn eller husbil torde uppgå till ca  $20 - 25\text{ }^{\circ}\text{C}$ . Det föreligger än så länge inte heller någon skyldighet att särskilt ange ISO-standarder vid försäljning utan varje tillverkare väljer själv hur uppgifter om produktens tekniska prestanda skall presenteras.

De uppgifter som Thetford lämnade inför Elmia-mässan år 2002 fanns tillgängliga för alla deltagare minst en månad innan. Det står också helt klart att Dometic kände till Thetfords marknadsföring långt dessförinnan, bl.a. mot bakgrund av att Dometic genomförde de i målet åberopade testerna den 5 respektive den 20 augusti 2002.

De av Dometic i målet åberopade broschyrerna med påstående om trestjärnig klassificering hade tryckts upp inför Elmia-mässan och det fanns ingen möjlighet för Thetford att hinna trycka upp nya broschyrer innan mässan. Efter den 12 september 2002 har dock inga nya broschyrer med detta innehåll tryckts utan de broschyrer som tryckts därefter har inte innehållit några stjärnor eller hänvisningar till stjärnor. Thetford övergav helt enkelt det konceptet i sin marknadsföring i Europa efter ett centralt beslut inom koncernen. Den 17 september 2002 ändrade Thetford således även sin hemsida så att alla former av referenser till de tre stjärnorna togs bort. Av förbiseende kom dock en liten bild på ett kylskåp med den trestjärniga symbolen att finnas kvar men även denna bild redigerades bort så fort misstaget hade uppmärksamrats. Thetford saknade vidare möjlighet att dra tillbaka annonserna i tidskrifterna "Allt om husvagn och camping" och "Caravanbladet" med hänsyn till dessa tidskrifters långa pressläggningstid, men därutöver förekom inte heller längre någon annonsering med den trestjärniga symbolen. Det bör också framhållas att endast ca 100 broschyrer kon-



sumerades vid Elmia-mässan. Resterande broschyrer återbördades till Thetford och har där-  
efter inte använts i bolagets marknadsföring.

Som redan anförts är Thetford en nykomling på den svenska marknaden och utfallet av bo-  
lagets marknadsföring under hösten 2002 var en försäljning av ca 100 kylskåp.

Sammanfattningsvis gör Thetford i första hand gällande att något vilseledande av kylskå-  
pens kundkrets, dvs. fackmän som köper kylskåpen för installation i husvagnar och husbilar,  
inte har kunnat ske med hänsyn till den sakliga upplysning som funnits tillsammans med den  
trestjärniga symbolen i försäljningsbroshyren. För det fall Marknadsdomstolen rent objek-  
tivt sett skulle finna att det föreligger ett vilseledande gör Thetford gällande att det inte finns  
skäl för ett förbud eftersom den påtalade marknadsföringen upphört. Om Marknadsdomsto-  
len skulle finna att ett förbud ändå är nödvändigt måste detta formuleras så att det avser  
just den stjärnbeteckning som Thetford använt, dvs. stjärnbeteckningen i ISO-standarden,  
och eventuellt därmed förväxlingsbara stjärnor. I annat fall skulle ett förbud kunna komma  
att innefatta stjärnklassificeringar i helt andra sammanhang, t.ex. betyg i tester utförda av  
facktidskrifter. Skäl för löpande vite saknas och om Marknadsdomstolen skulle finna att ett  
vite bör utdömas föreligger inte skäl att bestämma detta till högre belopp än 50 000 kronor  
med hänsyn till den obetydliga försäljning som förekommit i Sverige.

## **BEVISNING**

På begäran av Thetford har vittnesförhör hållits med B. S. som är bolagets försäljningschef  
för de nordiska länderna.

Båda parter har även åberopat viss skriftlig bevisning.

## **DOMSKÄL**

En näringsidkare får inte vid sin marknadsföring använda påståenden eller andra framställ-  
ningar som är vilseledande i fråga om näringsidkarens egna produkters kvalitet och andra  
egenskaper (6 § marknadsföringslagen [1995:450], MFL). Därtill kommer som ett allmänt  
krav att marknadsföring skall vara vederhäftig och att den som i sin marknadsföring använ-  
der ett påstående skall kunna styrka påståendets riktighet. Kan han inte detta skall påståendet  
anses ovederhäftigt och därmed otillbörligt.

Marknadsdomstolen konstaterar inledningsvis att den omständigheten att den påtalade marknadsföringen numera upphört inte utgör hinder för att pröva denna.

I målet är ostridigt att Thetford i sin marknadsföring åberopat den trestjärniga symbolen som används i standarden ISO 7371 och även gjort påståenden om trestjärnig klassificering utan att kylskåpens frysack uppfyller de krav på frysformåga som nämnda standard ställer upp. Thetford har därvid gjort gällande att marknadsföringen endast riktat sig till fackmän och att dessa använder stjärnklassificeringen av frysack utan att klart avse de stränga krav på omgivningstemperatur vid mättillfället som anges i ISO 7371 samt att det i Thetfords försäljningsbroschyr funnits en not som förklarar grunderna för påståendet om trestjärnig klassificering, till följd varav den påtalade marknadsföringen inte skulle vara att anse som vilseledande.

I målet är emellertid klarlagt att den påtalade marknadsföringen i allt väsentligt ägt rum i samband med Elmia-mässan 2002 och att denna mässa besöktes av ca 30 000 personer. Det är uppenbart att flertalet av dessa besökare utgjordes av vanliga konsumenter och inte av fackmän. Med hänsyn härtill och med beaktande av vad B. S. uppgivit i sitt vittnesmål, nämligen att Elmia-mässan är den viktigaste mässan i Skandinavien och att företag i branschen där kan visa upp sig i syfte att skapa förtroende hos konsumenterna, lämnar Marknadsdomstolen Thetfords invändning om att marknadsföringen endast riktat sig till fackmän utan avseende.

I de delar Thetford reservationslöst åberopat den trestjärniga symbolen eller påstått att de aktuella kylskåpens frysack är trestjärniga står det klart att Thetford saknat fog för sitt agerande. I övriga delar där Thetford uttryckligen åberopat den trestjärniga symbolen eller gjort påståenden om trestjärnig klassificering tillsammans med den förklarande texten – vilken dels funnits i en not i Thetfords försäljningsbroschyr, dels, enligt vad som framkommit vid B. S:s vittnesmål, även funnits på en skylt i de kylskåp som ställdes ut på Elmia-mässan – ger åberopandet av den trestjärniga symbolen eller påståendena om trestjärnig klassificering intryck av att kylskåpens frysack har en frysformåga enligt kraven för en viss i branschen vedertagen standard. Den förklarande texten ger därvidlag för en konsument snarast intryck av att utgöra en förklaring till grunderna för den trestjärniga klassificeringen enligt denna standard och klarlägger inte de verkliga förhållandena, nämligen att Thetford själv valt att åsätta frysacken tre stjärnor enligt egenhändigt upprättade kriterier. Med hänsyn till det an-

förda är den påtalade marknadsföringen i nu aktuella delar såväl vilseledande som ovederhäftig.

Dometic har även – som det får förstås – gjort gällande att innehållet i det påtalade kundbrevet och pressmeddelandet är vilseledande. I den delen gör Marknadsdomstolen följande bedömning. Som Dometic påpekat ger texten i kundbrevet och pressmeddelandet – vilken i båda fallen är skriven på engelska – oklar och dubbeltydig information och den klarlägger på intet sätt förhållandena kring Thetfords användande av den trestjärniga symbolen och påståendena om trestjärnig klassificering. Tvärtom kan texterna, var och en för sig, uppfattas som att Thetford alltjämt gör gällande att kylskåpens frysfack uppfyller kraven för trestjärnig klassificering och att enda skälet till att Thetford ändrat sin marknadsföring är att bolaget inte vill stöta sig med en konkurrent. Med hänsyn härtill och med beaktande av att Thetford över huvud taget saknat fog att åberopa den trestjärniga symbolen enligt ISO 7371 är den påtalade marknadsföringen även i dessa delar vilseledande.

Vid dessa bedömningar skall Dometics yrkande om förbud bifallas, dock med en något justerad utformning.

Av 19 § MFL följer att ett förbud skall förenas med vite, om det inte av särskilda skäl är obehövligt. Sådana särskilda skäl föreligger inte.

Enligt 4 § lagen (1985:206) om vite kan bestämmas att ett vite skall vara löpande, dvs. att vitet skall betalas för varje gång överträdelse sker. Vad gäller det marknadsrättsliga området ankommer det på Marknadsdomstolen att utforma en praxis i fråga om löpande vite och frågan har prövats av domstolen vid ett flertal tillfällen (se t.ex. MD 2001:19). Enligt förarbetena till viteslagen kan ett löpande vite aktualiseras i situationer då det finns skäl att befara att näringsidkaren i fråga kan komma att åsidosätta domstolens beslut upprepade gånger. Bl.a. vederbörandes tidigare beteende, marknadens särskilda beskaffenhet och säljformen kan inverka på denna bedömning (prop. 1984/85:96 s. 51). Vad Dometic anfört om Thetfords agerande hösten 2002 ger inte tillräckligt stöd för att anta att det finns skäl att befara att Thetford upprepade gånger kommer att åsidosätta ett nu meddelat förbud. Dometics yrkande om att ett förbud skall förenas med ett löpande vite bör därför lämnas utan bifall. Inte heller föreligger skäl att bestämma vitet till ett annat belopp än det normalbelopp som gäller i enlighet med domstolens nuvarande praxis.

Vid denna utgång i saken är Thetford skyldig att ersätta Dometic dess rättegångskostnader i målet.

Dometic har yrkat ersättning med 630 000 kr avseende ombudsarvode och 19 565 kr för utlägg. Thetford har vitsordat yrkandet avseende utlägg som skäligt i och för sig. Marknadsdomstolen finner, med hänsyn till målets omfattning och beskaffenhet, att Dometic får anses skäligen tillgodosett med en ersättning om 500 000 kr för ombudsarvode.

På Marknadsdomstolens vägnar

C H Fallenius

Ledamöter: Christer Fallenius, ordförande, Ingegerd Westlander, Jonas Häckner, Marianne Reuterskiöld och Barbro Wickman-Parak. Enhälligt

Sekreterare: Johan Rosén