

KÄRANDE

Två Blå AB, Krokslätts Fabriker 3,
431 37 MÖLNDAL
Ombud: advokaten Monique Wadsted,
Magnusson Wahlin Qvist Stanbrook Advokatbyrå KB,
Box 7009, 103 86 STOCKHOLM

SVARANDE

Teknorog AB, Box 2269,
550 02 JÖNKÖPING
Ombud: advokaterna Jonas Ågren och Niclas Prybil,
Advokatfirman Glimstedt, Box 2083,
550 02 JÖNKÖPING

SAKEN

marknadsföring av optikerverksamhet

DOMSLUT

Marknadsdomstolen förbjuder Teknorog AB vid vite av fyrahundratusen (400 000) kr att vid marknadsföring av sin optikerverksamhet, på sätt som skett, använda följande påståenden

- ”Kedjorna vi har varit anslutna till har inte fungerat bra”,
- ”Genom att vi nu är fristående kan vi kvalitetssäkra verksamheten på en rad punkter som inte tidigare varit möjligt och dessutom ge en service utöver det vanliga”, om så inte är fallet,
- ”Vi vill erbjuda dig Mode, Service, Kvalitet till marknadens bästa priser” om bolaget inte kan visa att dess priser i förhållande till övriga optikers priser på jämförbara produkter är bäst,
- ”Synundersökning halva priset”, utan att ange vad fullpriset är,

- ”Optik-kedjan som vi tidigare tillhörde försöker dra nytta av vår framgång och fina service”,
- ”Det finns goda skäl till att vi inte tillhör den längre”

2. Marknadsdomstolen lämnar Två Blå:s talan i övrigt utan bifall.

3. Vardera parten skall bära sina rättegångskostnader.

YRKANDEN

1. Två Blå AB (Två Blå) har yrkat att Marknadsdomstolen förbjuder Teknorog AB (Teknorog) att i sin marknadsföring använda följande påståenden
 - a) ”I juni i år är det 10 år sedan vi öppnade butiken här på Smedjegatan 18 och under tiden har vi bytt namn några gånger. För våra kunder är det dock ingen skillnad.”,
 - b) ”Kedjorna vi har varit anslutna till har inte fungerat bra”,
 - c) ”Vi har inte kunnat ge den service som vi strävat efter”,
 - d) ”Genom att vi nu är fristående kan vi kvalitetssäkra verksamheten på en rad punkter som inte tidigare varit möjligt och dessutom ge en service utöver det vanliga.” om bolaget inte kan visa att kvalitet och service är signifikant bättre nu och att det inte varit möjligt för bolaget att medge denna service och kvalitet i egenskap av franchisetagare,
 - e) ”Vi vill erbjuda dig Mode, Service, Kvalitet till marknadens bästa priser” om bolaget inte kan visa att bolaget erbjuder priser som signifikant understiger de övriga priserna på marknaden,
 - f) ”Du undersöks alltid av en Legitimerad optiker”,
 - g) ”Vi tar trycket på dina ögon och remitterar till ögonläkare vid behov”,
 - h) ”Synundersökning halva priset” utan att ange vad fullpriset är, som återfinns i kundbrev som Teknorog skickat till samtliga kunder, domsbilaga 1, samt följande påståenden som återfinns i annonser, domsbilaga 2-3,
 - i) Optik-kedjan som vi tidigare tillhörde försöker dra nytta av vår framgång och fina service,
 - j) ”Det finns goda skäl till att vi inte tillhör den längre”,
 - k) ”synundersökning halva priset” utan att ange vad fullpriset är.

2. Två Blå har vidare yrkat att Marknadsdomstolen förbjuder Teknorog vid vite att i sin marknadsföring använda följande påstående ”Helt enkelt en optiker med ärliga priser” och andra liknande påståenden.

Teknorog har bestritt Två Blås talan.

Parterna har yrkat ersättning för sina rättegångskostnader.

GRUNDER OCH UTVECKLING AV TALAN

Parterna har anfört i huvudsak följande.

Två Blå

Två Blå är en franchisekedja som funnits sedan år 1999. Franchisekonceptet består i att sälja varor och tjänster inom optik med hög modegrad till konsumenter. I franchisekonceptet ingår även bl.a. särskild utformning av butiksinredning, design och egna varumärken, ett särskilt system för modellutbud, marknadsföringsprogram, säljstrategier, administrativa rutiner, lagerhållning samt rådgivning och utbildning. I dag ingår 19 butiker i kedjan.

Teknorog har varit franchisetagare till Två Blå under perioden 1999-2002. Innan dess var Teknorog franchisetagare till franchisegivaren Blic. När avtalet med Två Blå upphörde att gälla bytte Teknorog namn på verksamheten till Optik & Form och sände i samband därmed ut ett brev till samtliga kunder i parternas gemensamma kundregister. Därefter har Teknorog annonserat i lokalpressen.

Teknorog har i brev som skickats till personer som funnits i parternas gemensamma kundregister och i annonser framfört påståenden som inte är förenliga med marknadsföringslagen (1995:450) (MFL).

De särskilda påståendena

Yrkande 1 a) ”I juni i år är det 10 år sedan vi öppnade butiken här på Smedjegatan 18 och under tiden har vi bytt namn några gånger. För våra kunder är det dock ingen skillnad.”

Påståendet är inte korrekt. Verksamheten ändrades i samma stund som franchiseförhållandet till Två Blå upphörde bl.a. såvitt avser sortiment, design och varumärken. Påståendet är inte begränsat till att Teknorog fortsättningsvis också bedriver optiker verksamhet utan påståendet är generellt. Eftersom Teknorog numera inte är franchisetagare och därmed inte har samma utbud, priser, marknadsföring och koncept är påståendet inte korrekt och därmed vilseledande eller i vart fall otillbörligt. Förbud för Teknorog att fortsättningsvis använda detta och andra liknande påståenden skall därför meddelas.

Yrkande 1 b) ”Kedjorna vi har varit anslutna till har inte fungerat bra”

Detta påstående är inte korrekt. Två Blå har fungerat bra. Däremot har Teknorog inte fungerat bra som franchisetagare bl.a. genom att Teknorog inte följde franchisekonceptet, något man hade åtagit sig i sitt franchiseavtal. Det är riktigt att det har förekommit en stor mängd efterlysningar av reservdelar och varor. Två Blå är organiserad på så sätt att det finns ett mindre centrallager som fylls på kontinuerligt. Om en reservdel inte finns på centrallagret har förfrågan gått, per fax, till optikerna i kedjan. Tanken är att den inom kedjan som har en reservdel tillhandahåller den till den som behöver den. På detta sätt hålls kostnaden för lagret nere. P. G., ägare till Teknorog, var den som var ansvarig för datautvecklingen inom Två Blå. Kedjan var ny och han drev inte på datautvecklingen på ett bra sätt. Det är anledningen till att just denna inte fungerade så bra. Detta har dock ingen bäring på reservdelsfrågan. Det har förekommit reklamationer. Samtliga reklamationer som bedömts vara fabrikationsfel har dock åtgärdats. Två Blås bedömning av fabrikationsfel har varit generös och inte restriktiv.

Två Blå har låtit genomföra en undersökning av sina franchisetagare. Två Blå erhöll ett medelbetyg om 4,0 på en femgradig skala. Därutöver genomfördes en undersökning av kundnöjdhet. Medelbetyget i den undersökningen var 4,42 av fem möjliga, vilket får anses vara ett utmärkt resultat. Något fog för påståendet att Två Blå inte har fungerat bra finns inte.

Teknorogs påstående är misskrediterande för Två Blå. Även av detta skäl skall förbud meddelas.

Yrkande 1 c) "Vi har inte kunnat ge den service som vi strävat efter"

Två Blå har, på sätt Teknorog gjort gällande i målet, avrått Teknorog från att införskaffa en ny inslipningsverkstad men Två Blå har aldrig sökt hindra bolaget.

Yrkande 1 d) "Genom att vi nu är fristående kan vi kvalitetssäkra verksamheten på en rad punkter som inte tidigare varit möjligt och dessutom ge en service utöver det vanliga."

Påståendet är inte korrekt. Under tiden som franchiseavtalet gällde mellan parterna hade Teknorog en skyldighet att delta i Två Blås kvalitetskontrollprogram och uppfylla de stipulerade kraven för butikens exteriör, interiör, kundservice och produktionskvalitet. Det har inte funnits något som hindrat Teknorog från att kvalitetssäkra verksamheten ytterligare och ge kunderna den service Teknorog önskat under franchiseförhållandet. Därutöver finns det inget som tyder på att Teknorog tillhandahåller en service som är bättre än den andra optiker ger. Påståendet är vilseledande och misskrediterande.

Yrkande 1 e) "Vi vill erbjuda dig Mode, Service, Kvalitet till marknadens bästa priser"

Detta påstående är inte korrekt. Teknorog tillhandahåller inte sina produkter till priser som understiger andra optikers priser. För att påståendet skall kunna användas i marknadsföring krävs att samtliga priser ligger under de priser som används av andra.

Yrkande 1 f) "Du undersöks alltid av en Legitimerad optiker"

Samtliga optiker hos Två Blå och i princip samtliga som genomför synundersökningar är legitimerade optiker. Två Blå kan inte vitsorda att samtliga synundersökningar som genomförs av Teknorog görs av legitimerade optiker. Det antal synundersökningar i optikerbranschen som genomförs av icke legitimerade optiker är så försvinnande litet till antalet att det är otillbörligt och vilseledande att framställa detta som ett erbjudande.

Yrkande 1 g) "Vi tar trycket på dina ögon och remitterar till ögonläkare vid behov"

Samtliga optiker tar trycket på patienters ögon och remitterar till ögonläkare vid behov. Det är ingen särskild tjänst utan något som regelmässigt görs av alla. Att framställa detta som ett särskilt erbjudande är således otillbörligt och vilseledande.

Yrkande 1 h) "Synundersökning halva priset" utan att ange vad fullpriset är och yrkande

1 k) "synundersökning halva priset" utan att ange vad fullpriset är.

Det framgår inte vad fullpriset är. Konsumenten kan således inte bedöma erbjudandets värde.

Yrkande 1 i) Optik-kedjan som vi tidigare tillhörde försöker dra nytta av vår framgång och fina service.

Påståendet är inte korrekt. Två Blå har inte i något sammanhang snyltat på av Teknorog eventuellt upparbetat renommé. Påståendet är dessutom misskrediterande. I Två Blås marknadsföringsmaterial används över huvudtaget inte Teknorogs namn. Inte heller görs det på något annat sätt någon hänvisning till Teknorog. Det enda som anges är att Två Blå-verksamheten har flyttat från adressen. Något fog för att i sin marknadsföring påstå att Två Blå skulle dra nytta av Teknorogs eventuella framgång och fina service finns inte. Därutöver har Teknorog inte på något sätt verifierat att bolagets verksamhet skulle var känd för fin service och kundmottagning. Även av detta skäl är påståendet vilseledande, otillbörligt och misskrediterande.

Yrkande 1 j) "Det finns goda skäl till att vi inte tillhör den längre"

Detta påstående är inte korrekt. Det finns inget i Två Blås agerande som inte varit godtagbart. Påståendet är dessutom misskrediterande.

Yrkande 2. "Helt enkelt en optiker med ärliga priser"

Påståendet finns i ett brev som sändes ut till Teknorogs kunder före det att Två Blås egen marknadsföringsaktivitet inleddes. Påståendet är misskrediterande för optiker i allmänhet och har inget fog för sig. En skäligen uppmärksam och upplyst konsument uppfattar bud-

skapet som att andra optiker inte är ärliga i sin prissättning utan tar ut överpriser. Vidare ges genom påståendet intryck av att Teknorogs priser är lägre än andra optikers priser. Teknorog har inte visat att andra optiker är oärliga i sin prissättning eller de själva särskilt ärliga, inte heller har Teknorog visat att bolaget har lägre priser än andra optiker. Även ur denna aspekt är påståendet vilseledande, otillbörligt och misskrediterande.

Teknorog

Det vitsordas att Teknorog har använt de formuleringar som framgår av stämningens ansökan.

Teknorog har av Två Blå uppmanats att upphöra med vissa av formuleringarna i sin marknadsföring. Teknorog har förklarat för Två Blå, innan stämningens ansökan lämnades in till Marknadsdomstolen, att man inte kommer att använda vissa av formuleringarna i fortsättningen. Dessa är de som angetts i yrkandet d) samt i yrkandet e) såvitt avser ”marknadens bästa priser” samt h), j) och k). Två Blå har i dessa delar orsakat onödig rättegång, vilket bör påverka rättegångskostnaderna vid ett eventuellt bifall till Två Blås talan.

Det vitsordas att Teknorog varit franchisetagare i Två Blå under perioden 1999-2002. Avtalet upphörde den 30 september 2002. Teknorog var tidigare franchisetagare i Blic-kedjan. Teknorog har bedrivit verksamhet på Smedjegatan 18 sedan den 1 januari 1996 efter att ha förvärvat det bolag som startade verksamheten den 1 juni 1993. Det har alltså bedrivits optiker verksamhet på adressen under lång tid och Teknorog har lagt ned stora kostnader på att marknadsföra sig och få kunder att hitta till adressen. Teknorog bedriver numera optiker verksamhet under firman Optik & Form. Påståendet om att kundregistret skulle vara parternas gemensamma är inte riktigt.

De särskilda påståendena

Yrkande 1 a) ”I juni i år är det 10 år sedan vi öppnade butiken här på Smedjegatan 18 och under tiden har vi bytt namn några gånger. För våra kunder är det dock ingen skillnad.”

Företaget har bytt namn tre gånger och namnbytet innebär inte någon skillnad av betydelse för kunderna. Verksamheten har inte förändrats. Den verksamhet ett bolag bedriver framgår av bolagsordningen. Om ett företag ändrar verksamhet måste också angiven verksamhet i bolagsordningen ändras. Av bolagsordningen framgår att verksamheten inte har förändrats

vid något tillfälle. Bolagets verksamhet har alltid varit att ”bedriva försäljning av optiska artiklar, utförande av synundersökningar samt därmed förenlig verksamhet”. Oavsett ändringar av firman har kunderna undersökts av samma optiker. Det centrala för kunden är naturligtvis att få professionell hjälp med synkorrigeringen och i det avseendet har namnbytena inte inneburit någon skillnad för kunderna. Påståendet är därmed korrekt. Bågar är en modevara och sortiment och design förändras därför kontinuerligt även inom en och samma franchisekedja. Allteftersom modet förändras påverkar detta naturligtvis sortimentet. Det är uppenbart att detta inte innebär att optikerns verksamhet förändras. Ur konsumentens synvinkel blir det än mer uppenbart att sådana förändringar inte innebär en förändring av verksamheten på sådant sätt att konsumenten kan anses ha vilseletts genom Teknorogs formulering.

Yrkande 1 b) ”Kedjorna vi har varit anslutna till har inte fungerat bra”

Teknorogs påstående är i och för sig korrekt men Teknorog har ändå slutat att använda uttrycket i sin marknadsföring, vilket Två Blå har informerats om. Bakgrunden till formuleringen är att Två Blå inte har fungerat bra när det gäller produkter och reservdelar, vilka båda är viktiga komponenter i en kundrelation. Problemen kan styrkas genom den stora mängd efterlysningar av produkter och reservdelar som Teknorog fått del av från andra butiker inom franchisekedjan. Avsaknaden av ett komplett centrallager har inneburit att bolaget ständigt har fått söka efter reservdelar hos andra optiker inom kedjan. Två Blås bedömningar av fabrikationsfel har varit mycket restriktiv varför kostnaden för sådana fel, som normalt sett är att betrakta som fabrikationsfel, har fått bäras av Teknorog i stället för av tillverkaren. Teknorog har haft fog för sitt påstående.

Yrkande 1 c) ”Vi har inte kunnat ge den service som vi strävat efter”

Påståendet är korrekt. Teknorog har just på grund av att det tillhört Två Blå inte kunnat ge kunderna den service som Teknorog strävat efter. Teknorog hade under franchisetiden ständiga problem med reservdelar, vilket medförde stora problem vid hanteringen av kundernas reklamationer. Franchisekonceptet har även inneburit att Teknorog inte självt kunnat styra över sitt lager av bågar. Teknorog hade för avsikt att iordningställa en egen inslipningsverkstad för att öka servicegraden till kunderna. Saken diskuterades inom ägargruppen men var inte önskvärd av Två Blå. Teknorog har sedan man lämnat franchisekedjan en egen inslip-

ningsverkstad, vilket är både ekonomiskt gynnsamt samt ökar servicenivån gentemot kunden.

Yrkande 1 d) "Genom att vi nu är fristående kan vi kvalitetssäkra verksamheten på en rad punkter som inte tidigare varit möjligt och dessutom ge en service utöver det vanliga."

Ändamålet med Två Blås förbudsyrkande har förfallit i och med att Teknorog har åtagit sig att upphöra med den aktuella formuleringen.

Yrkande 1 e) "Vi vill erbjuda dig Mode, Service, Kvalitet till marknadens bästa priser"

Påståendet är korrekt. Teknorog säljer idag bågar från 375 kr stycket vilket understiger det pris som Två Blå har. Ändamålet med Två Blås förbudsyrkande har förfallit i och med att Teknorog har åtagit sig att upphöra med den aktuella formuleringen, "marknadens bästa priser".

Yrkande 1 f) "Du undersöks alltid av en Legitimerad optiker"

Påståendet är korrekt. Teknorog säger inte att kunden inte skulle undersökas av legitimerade optiker hos Två Blå. Formuleringen är inte någon jämförande reklam med Två Blå utan endast en information till kunden om att denne hos Teknorog alltid undersöks av en legitimerad optiker. I branschen förekommer att undersökningar inte sker av en legitimerad optiker. Det är därför viktigt att informationen lämnas. Två Blå har vitsordat att det förekommer att synundersökningar genomförs av ej legitimerade optiker. Teknorog bestrider att förekomsten skulle vara så försvinnande liten som Två Blå gör gällande. Eftersom problemet ostridigt förekommer i branschen är Teknorogs formulering varken vilseledande eller otillbörlig.

Yrkande 1 g) "Vi tar trycket på dina ögon och remitterar till ögonläkare vid behov"

Även detta påstående är riktigt. Teknorog tar trycket på patientens ögon och remitterar till ögonläkare vid behov. Det kan inte vitsordas att detta är något som regelmässigt utförs av alla optiker. Formuleringen är endast en information om hur Teknorog arbetar. Det finns inget i formuleringen som antyder att det är fråga om jämförande reklam med en antydning om att Två Blå, eller någon annan optiker, inte skulle erbjuda samma service. Konsumenten kan

därmed inte anses ha vilseförts genom formuleringen och den är inte heller i övrigt otillbörlig.

Yrkande 1 h) "Synundersökning halva priset" utan att ange vad fullpriset är och yrkande 1 k) "synundersökning halva priset" utan att ange vad fullpriset är.

Teknorog har på grund av förbiseende inte angett ordinarie pris. Detta skall rättas till i nästa annons. Ändamålet med Två Blås förbudsyrkande har förfallit i och med att Teknorog har åtagit sig att upphöra med den aktuella formuleringen.

Yrkande 1 i) Optik-kedjan som vi tidigare tillhörde försöker dra nytta av vår framgång och fina service

Påståendet är korrekt. Formuleringen används eftersom Två Blå marknadsfört sig på ett sätt som gör att kunden vilseleds. Två Blå har skadat Teknorog genom den annonsering som är under prövning i Marknadsdomstolens mål C 10/03. För det fall Marknadsdomstolen bifaller käromålet i C 10/03 bör formuleringen tillåtas. Teknorog har för att minska skadeverkningarna beslutat att informera kunderna om orsaken till Två Blås vilseledande marknadsföring. Teknorog är vidare känt för god kundmottagning och service i butiken. Uttrycket är därmed i sin helhet korrekt.

Yrkande 1 j) "Det finns goda skäl till att vi inte tillhör den längre"

Ändamålet med Två Blås förbudsyrkande har förfallit i och med att Teknorog har åtagit sig att upphöra med den aktuella formuleringen.

Yrkande 2. "Helt enkelt en optiker med ärliga priser".

Formuleringen är varken vilseledande, otillbörlig eller misskrediterande. Formuleringen innehåller objektivt sett inte några påståenden eller någon antydning om att andra optiker inte skulle vara ärliga. Det har aldrig varit lagstiftarens avsikt att den här typen av allmänt hållna formuleringar skall omfattas av förbudet i MFL. Konsument skall enligt EG-domstolen (mål C-210/96) anses vara en normalt informerad samt skäligen uppmärksam och upplyst konsument. Det finns ingen risk för att en sådan konsument skulle uppfatta Teknorogs formulering på det sätt som Två Blå gör gällande.

Två Blå

Det är riktigt att Teknorog har meddelat att bolaget avser att upphöra med vissa påståenden i sin marknadsföring. Två Blå önskar ändå att Marknadsdomstolen meddelar förbud i enlighet med yrkandet till säkerhet för att påståendena inte kommer att användas av Teknorog i framtiden. Onödig rättegång kan därför inte anses ha inletts. Någon jämkning av rättegångskostnaderna skall inte ske.

BEVISNING

Två Blå har som skriftlig bevisning åberopat brev, marknadsföringsmaterial samt bolagsordningar, utdrag från PRV och intyg.

Teknorog har som skriftlig bevisning åberopat brev från Teknorog till Två Blå, Två Blås annons i Jönköpingsposten den 23 april 2003, flyttkort samt bolagsordningar, utdrag från PRV och telefaxmeddelanden.

DOMSKÅL

Enligt 4 § första stycket MFL skall marknadsföring stämma överens med god marknadsföringssed och även i övrigt vara tillbörlig mot konsumenter och näringsidkare. Av 6 § MFL framgår att en näringsidkare vid sin marknadsföring inte får använda påståenden eller andra framställningar som är vilseledande i fråga om näringsidkarens egen eller någon annan näringsidkares näringsverksamhet eller produktens pris.

För att kunna pröva om en framställning är oriktig eller vilseledande måste man fastställa dess innebörd. När det gäller reklam riktad till allmänheten, måste hänsyn tas till att reklam ofta läses mycket flyktigt. Utgångspunkten vid vederhäftighetsbedömningen skall därför vara det intryck som framställningen förmedlar vid en sådan flyktig kontakt.

Enligt MFL är en framställning i vilken en annan näringsidkares verksamhet misskrediteras otillbörlig. För att otillåten misskreditering skall föreligga krävs inte att någon eller några särskilda näringsidkare pekats ut, utan misskrediteringen kan vara riktad mot en mer obestämmd krets av näringsidkare (MD 2002:2 och 2002:18).

Som framgår av motiven till MFL och av Marknadsdomstolens praxis finns inget hinder mot att förbud meddelas i fråga om ett påtalat förfarande även om detta har upphört.

I målet är ostridigt att Teknorog använt de av Två Blå påtalade påståendena.

Beträffande de olika påståendena gör Marknadsdomstolen följande bedömning.

Yrkande 1 a) ”I juni i år är det 10 år sedan vi öppnade butiken här på Smedjegatan 18 och under tiden har vi bytt namn några gånger. För våra kunder är det dock ingen skillnad.”

Av utredningen i målet framgår att den verksamhet som företaget, numera under firma Teknorog, utövat har i vart fall sedan år 1996 bestått av försäljning av optiska artiklar, utförande av synundersökning samt därmed förenlig verksamhet. Att en rörelse utvecklas i olika avseenden över tid, t.ex. i fråga om design, priser, sortiment m.m., är närmast självklart. Den påtalade formuleringen, när den används som i den aktuella marknadsföringen, kan knappast av konsumenterna uppfattas som att verksamheten skulle kvarstå utan sådana förändringar, utan framstår endast som ett påpekande av att det föreligger en viss allmän kontinuitet i butikens ägande, grundläggande inriktning, bemötande och liknande. Marknadsdomstolen finner därför att påståendet i sitt sammanhang inte kan bedömas som vilseledande eller otillbörligt på det sätt som Två Blå gjort gällande. Yrkandet i denna del kan därför inte vinna bifall.

Yrkande 1 b) ”Kedjorna vi har varit anslutna till har inte fungerat bra”

Bakgrunden till formuleringen är, enligt Teknorog, att Två Blå inte har fungerat vad gäller produkter och reservdelar. Till stöd härför har återopats ett antal faxmeddelanden av vilka det framgår att deltagare i franchisekedjan hos kollegor efterlyst reservdelar och glasögonbågar och att sådan efterlysning ibland behövt upprepas. Två Blå har även vidgått att det inte har fungerat helt tillfredsställande. Det synes således ha funnits i vart fall visst fog för påståendet. Huruvida det inte har fungerat under den tid som Teknorog varit ansluten till någon annan kedja framgår emellertid inte av utredningen i målet. Mot bakgrund härav finner Marknadsdomstolen att det inte är visat att det finns fog för påståendet i sin helhet, varför det är otillbörligt. Yrkandet i denna del skall således vinna bifall. Påståendet är emellertid, på sätt Två Blå hävdar, inte så nedsättande till sin karaktär att det skall anses misskrediterande för Två Blå.

Yrkande 1 c) "Vi har inte kunnat ge den service som vi strävat efter"

Enligt Marknadsdomstolen är påståendet endast att uppfatta som att företaget inte är nöjt med sina egna prestationer och inte som ett uttalande om de bakomliggande orsakerna till detta förhållande. Det kan sålunda inte anses vilseledande på det sätt som Två Blå hävdar och inte heller misskrediterande i marknadsrättslig mening.

Yrkande 1 d) "Genom att vi nu är fristående kan vi kvalitetssäkra verksamheten på en rad punkter som inte tidigare varit möjligt och dessutom ge en service utöver det vanliga."

Den påtalade formuleringen ger intryck av att tillräcklig kvalitetssäkring inte har kunnat göras tidigare och att bolaget numera kan ge en bättre service än optiker i allmänhet. Någon utredning som stöder påtalat påstående har inte förebringats. Det har således inte visats att det finns fog för påståendet varför det måste anses som vilseledande och därmed otillbörligt. Däremot finner Marknadsdomstolen inte att, som Två Blå gjort gällande, påståendet är så nedsättande till sin karaktär att det också skall anses misskrediterande. Yrkandet i denna del skall således med viss justering vinna bifall.

Yrkande 1 e) "Vi vill erbjuda dig Mode, Service, Kvalitet till marknadens bästa priser"

Påtalad formulering ger intryck av att Teknorog är billigare än sina konkurrenter. Någon utredning till stöd härför föreligger inte. Formuleringen är mot bakgrund härav vilseledande och otillbörlig. Yrkandet i denna del skall med viss justering vinna bifall.

Yrkande 1 f) "Du undersöks alltid av en Legitimerad optiker"

Utredningen i målet visar att det på marknaden förekommer att synundersökningar utförs av icke legitimerade optiker, dock att sådana undersökningar torde vara få. Vid sådant förhållande kan det inte anses otillbörligt att upplysa om det förfarande som Teknorog tillämpar. Påståendet kan således inte bedömas vara vilseledande och otillbörligt varför yrkandet i denna del inte kan vinna bifall.

Yrkande 1 g) "Vi tar trycket på dina ögon och remitterar till ögonläkare vid behov"

Påtalat påstående om hur Teknorog går tillväga kan enligt Marknadsdomstolens mening knappast tolkas på det sätt som Två Blå gjort gällande utan torde endast uppfattas som en upplysning om förfarandet hos Teknorog. Påståendet är därmed inte otillbörligt. Yrkandet kan därför inte vinna bifall.

Yrkande 1 h) "Synundersökning halva priset" utan att ange vad fullpriset är och yrkande 1 k) "synundersökning halva priset" utan att ange vad fullpriset är

Yrkandena bedöms av Marknadsdomstolen som ett yrkande.

Det förhållandet att det ordinarie priset inte har angivits i påtalad marknadsföring innebär att konsumenten inte kan bedöma erbjudandets värde. Påtalad marknadsföring måste därför anses som vilseledande och otillbörligt. Yrkandet skall således vinna bifall.

Yrkande 1 i) Optik-kedjan som vi tidigare tillhörde försöker dra nytta av vår framgång och fina service

Påståendet, som förekommer i en annons, måste bedömas mot bakgrund av det sammanhang vari det förekommer. Påståendet är visserligen generellt utformat och det framgår inte uttryckligen vem som åsyftas med optik-kedjan eller vad som närmare avses, men det innefattar ett klart påstående om att en optik-kedja som Teknorog har tillhört drar nytta av Teknorogs framgång m.m. Två Blå får anses indirekt utpekad. Någon utredning som styrker att det förhållande som omtalas är korrekt föreligger inte. Påståendet, som får anses misskrediterande genom dess negativa innebörd och det sammanhang vari det ingår, är således vilseledande och otillbörligt. Yrkandet skall därför vinna bifall.

Yrkande 1 j) "Det finns goda skäl till att vi inte tillhör den längre"

Påståendet är allmänt misstänkliggörande och har, när det läses i samband med annonsens övriga text, en nedsättande innebörd och är därmed misskrediterande. Påståendet måste därför anses otillbörligt, varför yrkandet skall vinna bifall.

Yrkande 2 "Helt enkelt en optiker med ärliga priser"

Påståendet, som förekommer i ett kundbrev, skulle i och för sig kunna antyda att det finns optiker med oärlig prissättning eller information. Sedd i sitt sammanhang är dock formuleringen enligt Marknadsdomstolens mening inte ägnad att uppfattas motsatsvis som Två Blå gjort gällande och sålunda inte som en jämförelse med andra bolag. Påståendet får i stället ses som ett omdöme hänförligt till Teknorog men kan som sådant inte bedömas ha innebörden att bolagets priser skulle vara särskilt låga. Det kan alltså inte anses otillbörligt på de av Två Blå anförda grunderna och inte heller misskrediterande i marknadsrättslig mening.

Vite

Av 19 § MFL följer att ett förbud enligt MFL skall förenas med vite om det inte av särskilda skäl är obehövt. Med hänsyn härtill och då särskilda skäl inte föreligger i förevarande fall skall således förbudet förenas med vite.

Rättegångskostnader

Vid denna utgång i saken har parterna ömsom vunnit, ömsom förlorat. Kostnaden för de olika delarna i målet kan inte särskiljas. Två Blå kan inte i någon del anses ha inlett onödig rättegång. Vardera parten skall bära sina rättegångskostnader.

På Marknadsdomstolens vägnar

C H Fallenius

Ledamöter: Christer Fallenius, ordförande, Ingegerd Westlander, Per Eklund, Lars-Gunnar Mattsson, Anders Stenlund och Barbro Wickman-Parak. Enhälligt

Sekreterare: Elisabeth Sundlöf