

KÄRANDE

Konsumentombudsmannen (KO),
118 87 STOCKHOLM

SVARANDE

Nordiska Naturhuset AB,
Box 2093, 663 12 HAMMARÖ
Ombud: advokaten A. H.,
F. L. Advokatfirma DA,

SAKEN

marknadsföring av bantningsprodukter

DOMSLUT

1. Marknadsdomstolen förbjuder Nordiska Naturhuset AB vid vite av fyrahundratusen (400 000) kr att vid marknadsföring av bantningsprodukter använda nedanstående formuleringar eller andra formuleringar som på väsentligen samma sätt skapar intryck av att produkten har viktminskande effekt om det ej är visat att så är fallet:

- a) ”SyB 62i ger dig energi och ökar förbränningen kraftigt.”,
- b) ”Örtprodukten dämpar matlusten och minskar fettupptagningen i kroppen.”,
- c) ”Med Syb 62i och Homeopat S:s recept har jag enkelt gått ned 20 kg. Jag har också behållit vikten!”,
- d) ”För första gången på många år har jag klarat att gå ned i vikt. Jag vill tacka Homeopat S. för allt som han har gjort för mig. Inte nog med att jag har gått ned 52 kilo, utan jag har dessutom fortsatt att gå ned i vikt. Det enda jag behöver göra är att ta tableterna före varje måltid.” samt
- e) ”Jag kan verkligen rekommendera det här bantningsreceptet. Kilona försvinner fort utan biverkningar och utan besvär!”.

2. Nordiska Naturhuset AB skall ersätta KO dess rättegångskostnader med tiotusen (10 000) kr jämte ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker.

YRKANDEN M.M.

KO har yrkat enligt domslutet.

Nordiska Naturhuset AB (Naturhuset) har medgett KO:s yrkande i sak samt att bolaget är ersättningsskyldigt för KO:s rättegångskostnader, men inte angett någon inställning till storleken på detta belopp.

GRUNDER OCH UTVECKLING AV TALAN

KO

Naturhuset marknadsför och säljer naturprodukter såsom hälsokostprodukter. KO har genom anmälningar uppmärksammat Naturhusets marknadsföring av Homeopat S:s recept med Örtprodukten och SyB 62i. Produkterna har marknadsförts genom direktreklam till hushåll. Marknadsföringsmaterialet har titeln ”Gå ned 1 kilo per dag”. I materialet avbildas produkterna och påstås bland annat följande. ”Läkarna rekommenderar Homeopat S:s recept: ’Detta kan hjälpa dig!’; ”SyB 62i är den första produkten i världen med ämnen som kan påverka kroppens endokrina system på mycket kort tid, utan att innehålla hormoner. SyB 62i är lättupptagligt och tränger omedelbart in i kroppens hormonproducerande körtlar, där sedan obalanserna rättas till. Efter bara tre veckor är förbränningen kraftigt förbättrad och kilona börjar rasa.”; ”Örtprodukten består av många olika örter som dämpar matlusten och sötsuget. Dessutom verkar örterna rensande på din matsmältningsprocess och stimulerande på förbränningen. Örterna kapslar in skadliga ämnen och fett som ligger bundet (i) kroppen och förhindrar därmed skadeverkningar på din kropp. Örtprodukterna är 100 % naturliga!”; ”SyB 62i ger dig energi och ökar förbränningen kraftigt.” samt ”Örtprodukten dämpar matlusten och minskar fettupptagningen i kroppen.”.

Enligt marknadsföringsmaterialet får alla som köper Homeopat S:s recept full garanti på köpet enligt följande. ”1. Vi garanterar att du blir smalare. Om du inte blir nöjd får du alla

pengarna tillbaka. 2. Vi ger dig också pengarna tillbaka om du går upp i vikt igen inom ett år efter att du har börjat med receptet.”.

Fyra namngivna avfotograferade personer, som uppger att de har gått ner i vikt, finns med i marknadsföringsmaterialet. De namngivna personerna anges uttala bland annat följande. ”Med Syb 62i och Homeopat S:s recept har jag enkelt gått ner 20 kg. Jag har också behållit vikten!”; ”För första gången på många år har jag klarat att gå ner i vikt. Jag vill tacka Homeopat S. för allt som han har gjort för mig. Inte nog med att jag har gått ned 52 kilo, utan jag har dessutom fortsatt att gå ned i vikt. Det enda jag behöver göra är att ta tablettorna före varje måltid.” samt ”Jag kan verkligen rekommendera det här bantningsreceptet. Kilona försvinner fort utan biverkningar och utan besvär!”.

Påståendena i marknadsföringen ger läsaren intryck av att det är möjligt att effektivt gå ned i vikt med hjälp av Homeopat S:s recept utan att ändra kostvanor eller livsföring. Påståendena ger dessutom intryck av att den lägre vikten bibehålls efter viktnedgången. Användandet av uttalanden av avfotograferade namngivna personer och garanti förstärker intrycket av att användande av produkterna leder till att nästan alla kan gå ned i vikt och sedan behålla vikten.

Naturhuset har beretts tillfälle att styrka sina påståenden om att SyB 62i ger ökad energi och ökad förbränning samt att Örtprodukten dämpar matlusten och minskar fettupptagningen i kroppen. Så har inte skett.

Av utlåtanden från professorn och överläkaren Stephan Rössner vid Huddinge Universitetssjukhus, Överviktenheten, framgår att viktnedgång kan uppnås endast om energiutgifterna under längre tid är större än energiintaget samt att det inte finns några framgångsrika metoder att gå ned i vikt som inte bygger på att man ändrar någon av komponenterna i denna ekvation. Produkterna kan således inte ha den viktminskande effekt som reklamen anger och Naturhuset har heller inte kunnat styrka att så är fallet. Marknadsföringen är därför vilseledande och bör förbjudas.

Naturhuset

Naturhuset har inte anfört någonting i sak.

BEVISNING

KO har som skriftlig bevisning åberopat den aktuella marknadsföringen och två utlåtanden av professor Stephan Rössner.

DOMSKÄL

Naturhuset får – genom att medge KO:s talan och inte anföra någonting i sak – anses ha vitsordat de omständigheter KO åberopat till stöd för sin talan. Marknadsdomstolen lägger därför dessa omständigheter till grund för sin bedömning.

Enligt 4 § marknadsföringslagen skall marknadsföring stämma överens med god marknadsföringssed och även i övrigt vara tillbörlig mot konsumenter och näringsidkare. Enligt 6 § första stycket samma lag får en näringsidkare vid marknadsföring inte använda påståenden eller andra framställningar som är vilseledande i fråga om näringsidkarens egen eller någon annan näringsidkares näringsverksamhet. Detta gäller, enligt andra stycket punkterna 1 och 2 samma lagrum, särskilt framställningar som avser bland annat produkters egenskaper respektive inverkan på hälsa. Enligt förarbeten och praxis (se t.ex. MD 2003:26) ställs särskilt höga krav på vederhäftighet i fråga om framställningar som innehåller medicinsk argumentation eller riktar sig till t.ex. överviktiga personer. Det åligger den som marknadsför en vara att styrka vad som därvid påstås.

De påståenden som görs i den aktuella marknadsföringen ger intryck av att produkterna möjliggör en snabb, kraftig och bestående viktnedgång samt att detta kan uppnås utan krav på ändrade kost- eller motionsvanor. Intrycket förstärks av de använda uttalandena från namngivna avfotograferade personer och av den lämnade garantin. Naturhuset har inte företett någon bevisning till styrkande av de påtalade formuleringarna eller ens påstått att dessa skulle vara vederhäftiga.

Av de åberopade utlåtandena av Stephan Rössner framgår att viktnedgång kan uppnås endast genom att förhållandet mellan energiutgift och -intag under längre tid ändras, så att utgifterna blir större än intaget.

I enlighet med vad som nu anförts är de påtalade formuleringarna i marknadsföringen vilseledande i fråga om produkternas egenskaper och inverkan på hälsa. Marknadsföringen är därmed otillbörlig och skall förbjudas.

Vid denna utgång är Naturhuset skyldigt att ersätta KO:s rättegångskostnader. Yrkat belopp är skäligt.

På Marknadsdomstolens vägnar

C H Fallenius

Ledamöter: Christer Fallenius, ordförande, Ingegerd Westlander, Per Eklund, Per-Olof Edin, Anders Stenlund och Barbro Wickman-Parak. Enhälligt

Sekreterare: Kajsa Nordström