

**KÄRANDE**

OLKA Golf & Konferens Resor Aktiebolag,  
Stora Nygatan 13, 411 08 GÖTEBORG  
Ombud: advokaten Christina Berggren och  
jur kand Marie Widmark, Magnusson Wahlin Qvist  
Stanbrook Advokatbyrå, Västra Hamngatan 24,  
411 17 GÖTEBORG

**SVARANDE**

1. OLKA Sportresor Aktiebolag,  
Andra Långgatan 17, 413 28 GÖTEBORG  
2. M. J.,  
3. R. S.,  
4. A. E.,  
Ombud för 1-4: advokaten Michael Gibbons, Odevall &  
Olbing Advokatbyrå, Box 5052, 402 22 GÖTEBORG

**SAKEN**

marknadsföring av golfresor

---

**DOMSLUT**

1. Marknadsdomstolen lämnar OLKA Golf & Konferens Resor Aktiebolags talan utan bifall.
2. OLKA Golf & Konferens Resor Aktiebolag skall ersätta OLKA Sportresor Aktiebolag dess rättegångskostnader med etthundratvåtusenniohundraåttioåtta (102 988) kr samt M. J., R. S. och A. E. deras rättegångskostnader med tillhoppa femtioniotusenfemhundrasextiofyra (59 564) kr. På beloppen skall utgå ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker.

## **YRKANDEN**

OLKA Golf & Konferens Resor Aktiebolag (OLKA Golf) har yrkat att Marknadsdomstolen vid äventyr av kraftigt verkande vite, som förslagsvis bör bestämmas till 400 000 kr, förbjuder var och en av OLKA Sportresor Aktiebolag (OLKA Sport), M. J., R. S. och A. E. att vid marknadsföring av golfresor i Västra Götalands län använda kännetecknet OLKA eller annat väsentligt liknande kännetecken.

OLKA Sport, M. J., R. S. och A. E. har bestritt käromålet i dess helhet.

Parterna har yrkat ersättning för sina rättegångskostnader.

## **GRUNDER OCH UTVECKLING AV TALAN**

Parterna har anfört i huvudsak följande.

### **OLKA Golf**

#### Grunder

OLKA Golf marknadsför och säljer golfresor till bl.a. Danmark. Företaget har ett väl känt varumärke, OLKA, för sin verksamhet. OLKA Golf har byggt upp en mycket stor kunskap och kännedom om branschen och är mån om kvalitet och service.

Även OLKA Sport marknadsför och säljer golfresor till Danmark under varumärket OLKA. Vid marknadsföring får näringsidkare inte använda påståenden eller andra framställningar som är vilseledande i fråga om näringsidkarens egen eller någon annan näringsidkares verksamhet. Genom att marknadsföra och sälja golfresor till Danmark under varumärket OLKA vilseleds såväl konsumenter som näringsidkare avseende tjänsternas kommersiella ursprung. OLKA Sports marknadsföring står därför i strid med 6 § marknadsföringslagen (1995:450), MFL.

OLKA Sports användning av varumärket OLKA för golfresor är ägnad att framkalla förväxling och därigenom vilseleda såväl konsumenter som näringsidkare avseende varumärkets

kommersiella ursprung. OLKA Sports marknadsföring står därför också i strid med 8 § MFL.

Vidare gäller att marknadsföring skall stämma överens med god marknadsföringssed och även i övrigt vara tillbörlig mot konsumenter och näringsidkare. Genom marknadsföringen anknyter OLKA Sport på ett otillbörligt sätt till OLKA Golf i strid med 4 § MFL.

På dessa grunder skall därför OLKA Sports marknadsföring förbjudas enligt 14 § första stycket MFL.

M. J., R. S. och A. E. medverkar, genom sitt bestämmande inflytande i OLKA Sport, väsentligen till marknadsföringen. Förbudet skall därför enligt 14 § andra stycket MFL omfatta även dessa personer.

Förbudet för respektive svarandepart skall förenas med vite enligt 19 § MFL.

#### Bakgrund m.m.

R. G. grundade under 1970-talet Olka AB och tog fram kännetecknet OLKA. M. J., R. S. och A. E. anställdes och togs in som delägare i bolaget. År 1995 överenskoms att verksamheten i Olka AB skulle delas upp i två olika bolag, dels OLKA Golf med inriktning på golf och konferens, dels OLKA Sport med inriktning på träningsläger och andra idrottsresor än golfresor. Man var överens om att de båda bolagen skulle fortsätta och använda kännetecknet OLKA i och för sina verksamheter. Fram till år 2003 har man drivit sina respektive verksamheter parallellt utan några större bekymmer och utan att förväxling har ägt rum.

OLKA Golf är innehavare av firman OLKA Golf och Konferensresor. Företaget är vidare innehavare av det registrerade varumärket OLKA RESOR för tjänsten ”resetjänster i form av anordnande av golf- och konferensresor” samt av varumärkena OLKA och OLKA GOLF. Skydd för varumärkena OLKA och OLKA GOLF har uppkommit genom inarbetning.

OLKA Golf har bedrivit försäljning av golfresor till i huvudsak Danmark sedan år 1995. De flesta kunder är från västra och södra Sverige. Företaget har även kunder från andra delar av landet och på den svenska marknaden är det den största arrangören av golfresor till Danmark. Förutom OLKA Sport har OLKA Golf ingen annan konkurrent avseende den aktuella

typen av resor på den svenska marknaden. Indirekt konkurrens förekommer genom bl.a. paketresor som anordnas av golfklubbar.

OLKA Golf samarbetar med ett flertal golfklubbar såväl inom Sverige som i Danmark och i andra länder. Samarbete sker med sammanlagt 54 av totalt 85 golfklubbar som finns i Västsverige. OLKA Golf är aktivt vad gäller marknadsföring av sina tjänster. Information om företags tjänster finns på flera klubbar runt om i Sverige, resebyråer och på Stena Lines och ScandLines färjeterminaler.

Varumärket OLKA är väl känt som varumärke för golfresor på så sätt att det förknippas med den verksamhet som OLKA Golf bedriver. Ordet OLKA är originellt och förekommer endast i begränsad omfattning i känneteckenssammanhang. OLKA har därför stark särskiljningsförmåga, ett omfattande skyddsomfång och därmed särprägel.

OLKA Golf har under april 2004 låtit genomföra en marknadsundersökning i syfte att undersöka hur känt varumärket OLKA är i Västra Götalands län som beteckning på golfresor och om det kan ske någon förväxling. Av undersökningen framgår att varumärket OLKA är väl känt på marknaden för den verksamhet som OLKA Golf bedriver och av dem som känner till varumärket OLKA är det 65 procent som förknippar detta med golfresor.

OLKA Sport har sedan år 1995 bedrivit verksamhet avseende försäljning av tjänster relaterade till träningsläger och idrottsliga cuper. Sedan år 2003 har OLKA Sport sålt golfresor till Danmark i större skala. OLKA Sport marknadsför sedan samma år golfresor under ett varumärke som är identiskt med det OLKA Golf har marknadsfört sina resor med sedan år 1995. År 2003 tog OLKA Sport fram en separat katalog för denna typ av produkter. OLKA Sports marknadsföring och försäljning av golfresor under varumärket OLKA sker vidare med samma typsnitt och färgsättning som OLKA Golf använder. Den målgrupp OLKA Sport riktar sig till är identisk med OLKA Golfs målgrupp, dvs. golfspelare, huvudsakligen i Västra Götalands län. Basen och utgångspunkten vid OLKA Sports försäljning av golfresor är de lillsemestrar Stena Line erbjuder. När OLKA Golf bokar resor för sina kunder utgår de från kundens önskemål avseende golf. Därefter bokas hotell och båtresa. Trots att resorna vid en första anblick ser ut att vara desamma så finns det stora skillnader. Tjänsterna som OLKA Golf erbjuder skiljer sig avsevärt från de tjänster som OLKA Sport erbjuder i fråga om både service och kvalitet.

OLKA Sport använder sig av samma försäljningskanaler som OLKA Golf. På OLKA Sports hemsida finns information avseende samma resmål i Danmark och med i huvudsak samma innehåll som OLKA Golfs resor. OLKA Sports marknadsföring har även skett mot olika golfklubbar i både Sverige och Danmark med vilka OLKA Golf sedan länge bedrivit samarbete.

OLKA Golf mottar flera gånger per vecka telefonsamtal från kunder som har förväxlat OLKA Golf med OLKA Sport. OLKA Golf har varit i kontakt med flera kunder som av misstag beställt golfresor hos OLKA Sport i tron att det var resor som OLKA Golf anordnat.

M. J., R. S. och A. E. är delägare och styrelseledamöter i OLKA Sport. Samtliga tre är också behöriga att var för sig teckna OLKA Sports firma. Företrädarna är alla tre operativt verk samma i OLKA Sport och de bidrar aktivt till bolagets marknadsföring. Genom sitt bestämmande inflytande i OLKA Sport medverkar de väsentligen till marknadsföringen. Det kan befaras att de kommer att fortsätta den påtalade marknadsföringen i enskild firma eller genom annat bolag för det fall ett förbud skulle komma att omfatta enbart OLKA Sport. Med hänsyn härtill bör ett förbud omfatta även M. J., R. S. och A. E. personligen.

### **OLKA Sport, M. J., R. S. och A. E.**

Både OLKA Sport och OLKA Golf är innehavare av varumärket OLKA. Det är ett skyddat namn enligt såväl firmalagen som varumärkeslagen. Båda bolagen har varumärkes- och firmarättsligt rätt till namnet. M. J., R. S. och A. E. är inte innehavare av firma eller varumärke och påståendet att de kan befaras att sälja resor under varumärket OLKA är grundlöst.

Annan än de aktuella innehavarna, nämligen OLKA Golf och OLKA Sport, kan inte få namnet OLKA inregistrerat och bruka det. Skulle någon annan använda namnet OLKA för resor innebär det en överträdelse av firmalagen och varumärkeslagen och kan sanktioneras med den lagstiftningen.

Namnet OLKA har sitt ursprung i en agentur som köptes av R. G. Det är ett fantasinamn som har tillkommit efter de två första bokstäverna i namnen Olle och Kate. Olkaresor bildades sedan av R. G. och T. E., som är far till A. E. Bolaget bedrev reseverksamhet under ett antal år. Det bestämdes senare att bolaget skulle delas och två nya bolag bildades. När man gick skilda vägar år 1994 var man överens om att båda bolagen fortsättningsvis skulle använda namnet OLKA i sina verksamheter med resor. Man var vidare överens om att man

under en övergångsperiod på tre år inte skulle bedriva med varandra konkurrerande verksamhet. Detta var föremål för omfattande diskussioner och man gick in i sina fortsatta respektive verksamheter med kännedom om vad som skulle hända i framtiden.

OLKA Sport har väsentligt större omsättning än OLKA Golf. Den uppgår till närmare 40 miljoner kr och bolaget har mellan 18 000 och 19 000 resenärer per år. OLKA Sport är en stor aktör på resor till Danmark. Företaget säljer sina resor genom kataloger och Internet. Allt säljs under namnet OLKA Sportresor. I bokstaven ”o” i ordet Sportresor har fotbollar lagts in för att markera en särprägel i förhållande till Olkaresor. OLKA Sport har dels en huvudkatalog, dels speciella kataloger för olika resor såsom internationella fotbollscuper, handbollscuper, skolresor, ishockyläger och innebandyläger. Av t.ex. en katalog avseende fotboll framgår att OLKA Sport anordnar golfarrangemang i anslutning till sådana resor. När OLKA Sport är medarrangör till olika cuper har inbjudaren till cuperna uppgivit att man kan vända sig till OLKA Sport för att boka golfpaket. Det är fråga om en marknadsföring från OLKA Sport som bygger på att man tar tillvara hela sitt kundsegment.

OLKA Sport bokar huvuddelen av sina golfarrangemang genom Stena Lines s.k. lillsemestrar. Det tillbakavisas att det skulle vara fråga om sämre service och kvalitet på det som levereras av OLKA Sport. Kvalitet och innehåll i bolagens resor är i allt väsentligt detsamma. Skillnaden är att OLKA Sport på grund av sin volym har bättre priser än OLKA Golf.

Den marknadsföring som OLKA Sport ägnat sig åt under de senaste tio åren har riktat sig mot idrottande personer och idrottsföreningar av alla slag. OLKA Sport är en av de dominerande aktörerna när det gäller träningsläger och cuper och man har även en efterfrågan från föreningar på att arrangera golfresor. Utöver den marknadsföring som sker genom kataloger, som sänds ut till i princip alla idrottsföreningar i Sverige, finns man aktivt på Internet. På över 9 000 idrottsföreningars hemsidor finns en direkt länk till OLKA Sport.

Användandet av namnet OLKA sker inte i något illojalt syfte utan på grund av den rätt OLKA Sport har att använda namnet.

## **BEVISNING**

På OLKA Golfs begäran har förhör under sanningsförsäkran hållits med R. G. Vidare har vittnesförhör hållits med B. H., S. J., S. C., C. F., I. G. och M. P. OLKA Golf har vidare åberopat utdrag ur varumärkesregistrering, marknadsundersökning, utdrag ur OLKA Sports hu-

vudkatalog, utdrag från Skövde golfklubbs hemsida, mailkorrespondens och utdrag från Patent- och registreringsverket.

På svarandenas begäran har förhör under sanningsförsäkran hållits med M. J., R. S. och A. E. Vidare har OLKA Sport åberopat brev, utdrag från OLKA Sports broschyrer, inbjudan från Dana Cup och Nörhalne Cup, utskrift från Svenska Golf förbundets hemsida, kopia av tidningen Svensk Golf resespecial, annons ur Göteborgsgolfaren, enkätundersökning och utlåtande från universitetslektorn J. S.

## **DOMSKÄL**

I målet är fråga om OLKA Sports, M. J:s, R. S:s och A. E:s användning av kännetecknet OLKA i den påtalade marknadsföringen. OLKA Golf har gjort gällande att marknadsföringen utgör vilseledande efterbildning och är vilseledande i fråga om det kommersiella ursprunget samt att marknadsföringen utgör renomménsnyltning.

För att en vilseledande efterbildning skall anses föreligga krävs att efterbildningen lätt kan förväxlas med någon annan näringsidkares kända och särpräglade produkter. Av Marknadsdomstolens praxis framgår att domstolen kan förbjuda användningen av kännetecknen som är ägnade att framkalla förväxling med ett av annan näringsidkare använt kännetecken och därigenom vilseleda om en varas kommersiella ursprung. För att ett förbud skall komma ifråga förutsätts att det sistnämnda kännetecknet är känt på marknaden på sådant sätt att det förknippas med produkter av visst ursprung.

OLKA Golf har påstått att varumärket OLKA är väl känt som varumärke för golfresor på så sätt att det förknippas med den verksamhet som OLKA Golf bedriver. Det är i målet upplyst att OLKA Golf är innehavare av firman OLKA Golf och Konferens Resor samt varumärkena OLKA, OLKA RESOR och OLKA GOLF. OLKA Golf har uppgivit att företaget under närmare tio års tid använt kännetecknet OLKA i och för sin verksamhet och åberopat en av marknadsundersökningsföretaget Detector i april 2004 genomförd marknadsundersökning. Av undersökningen framgår bl.a. följande. Personerna i undersökningen, respondenterna, har bl.a. tillfrågats om vilka researrangörer de känner till. Av respondenterna är det 11 procent som känner till Olka/Olkaresor. Respondenterna har vidare tillfrågats om de känner till en resebyrå som heter Olka. 41 procent har uppgivit att de känner till Olka/Olkaresor, tre procent uppger OLKA Golf & Konferens Resor och en procent uppger OLKA Sport. I en anslutande kommentar anförs ”Nästan hälften av respondenterna känner till Olka. Dock är

det en väldigt liten andel som nämner Golf&Konferens eller Sportresor som tillägg till Olka. På denna fråga bör dock nämnas att de flesta endast svarat ”ja” på frågan om de känner till Olka, och därför vet vi inte med hjälp av denna fråga hur kännedomen är för de olika tilläggsnamnen.” Vidare framgår att av de som känner till Olka förknippar 65 procent av respondenterna bolaget med golfresor samt att kännedomen om att det finns två olika Olka-resebyråer är mycket låg.

OLKA Sport har ifrågasatt värdet av undersökningen och åberopat ett yttrande av universitetslektor J. S. som bl.a. konstaterar att han inte kan förstå hur man skall kunna använda undersökningen till att säga något annat än att namnet OLKA är känt bland ca tio procent av en grupp golfare under vissa omständigheter och att huvuddelen under vissa omständigheter förknippar namnet med resor, golf eller sport.

Av Marknadsdomstolens praxis framgår att bevisbördan för att ett kännetecken är känt åvilar den som påstår detta. Enligt Marknadsdomstolens mening utgör inte den av OLKA Golf åberopade skriftliga utredningen tillräckligt underlag för några säkra slutsatser beträffande kännedomen om kännetecknet OLKA. OLKA Golfs uppgifter om att företaget under närmare tio år använt kännetecknet – utan närmare uppgifter om eventuella kampanjer eller andra särskilda marknadsföringsinsatser under denna tid – ändrar ej denna bedömning. Inte heller den av OLKA Golf åberopade muntliga bevisningen eller vad OLKA Golf i övrigt anfört och åberopat i målet visar med tillräcklig grad av säkerhet att OLKA är ett kännetecken som är känt på marknaden på sådant sätt att det förknippas med just OLKA Golfs verksamhet. Vid sådant förhållande saknas grund för att anse att påtalad marknadsföring utgör vilseledande efterbildning enligt 8 § MFL.

Då det inte visats att kännetecknet OLKA är väl känt, kan det påtalade kännetecknet inte anses vilseledande om det kommersiella ursprunget enligt 6 § MFL eller utgöra renommésnyltning enligt 4 § MFL.

Eftersom den påtalade marknadsföringen inte visats vara oförenlig med MFL aktualiseras inte frågan om ett eventuellt medverkansansvar.

På grund av det anförda lämnar Marknadsdomstolen talan utan bifall.



### *Rättegångskostnader*

Vid nu angiven utgång är OLKA Golf skyldigt att ersätta OLKA Sport, M. J., R. S. och A. E. för deras rättegångskostnader i målet. OLKA Sport har yrkat ersättning med 102 988 kr varav 100 000 kr avser ombudsarvode. M. J., R. S. och A. E. har yrkat ersättning med tillhoppa 59 564 kr, varav 50 000 kr avser ombudsarvode. OLKA Golf har vitsordat yrkad ersättning avseende kostnader. I övrigt har OLKA Golf överlämnat åt rätten att bedöma skäligheten av framställda yrkanden. Därutöver har OLKA Golf begärt ersättning med 34 080 kr på grund av de merkostnader som bolaget haft med anledning av att OLKA Sport åberopat viss bevisning sent i processen.

Marknadsdomstolen anser att de av OLKA Sport, M. J., R. S. och A. E. begärda ersättningarna avseende ombudsarvode är skäliga. Detsamma gäller yrkade ersättningar avseende kostnader. Anledning att låta ersätta OLKA Golf dess rättegångskostnader på grund av det sätt varpå bevisning åberopats i processen föreligger inte.

På Marknadsdomstolens vägnar

C H Fallenius

Ledamöter: Christer Fallenius, ordförande, Ingegerd Westlander, Ingrid Larén Marklund, Per-Olof Edin, Lars-Gunnar Mattsson, Marianne Reuterskiöld och Anders Stenlund. Enhälligt

Sekreterare: Elisabeth Sundlöf