

KÄRANDE

Tretti AB, Norrbackagatan 47 B,
113 41 STOCKHOLM

Ombud: advokat Björn Ulvgården och jur. kand.
Manne Bergnéhr, Hellström & Partners Advokatbyrå
KB, Box 7305, 103 90 STOCKHOLM

SVARANDE

Elektrostore Sverige AB,
Jägerhornsvägen 11, 141 05 HUDDINGE
Ombud: advokaterna Millert Carlsson och Mikael
Kullberg, Advokatfirman Lindhs DLA Nordic KB,
Box 7315, 103 90 STOCKHOLM

SAKEN

marknadsföring av vitvaror

DOMSLUT

1. Marknadsdomstolen förbjuder Elektrostore Sverige AB vid vite av fyrahundratusen (400 000) kr att vid marknadsföring av vitvaror använda formuleringarna "Sveriges lägsta priser" och "Säljer till Sveriges bästa priser" eller andra formuleringar med väsentligen samma innebörd, om så inte är fallet.
2. Elektrostore Sverige AB skall ersätta Tretti AB dess rättegångskostnader med fyrtiotusen (40 000) kr, avseende ombudsarvode, jämte ränta därpå enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker.

BAKGRUND

Tretti och Elektrostore marknadsför vitvaror på Internet till svenska konsumenter.

Adressen till Trettis webbplats är *www.tretti.se* och till Elektrostores *www.elektrostore.se*.

Bolagen marknadsför sina produkter och priser genom traditionell reklam såsom reklamutskick, tidningsannonser och radioreklam. Vidare sker marknadsföring på den egna webbplatsen och genom reklam på webbplatser som används av konsumenter som vill söka olika leverantörer av vitvaror.

På den mycket välbesökta webbplatsen *www.pricerunner.se* gör Elektrostore reklam för sin egen webbplats genom att påstå att bolaget har Sveriges lägsta priser. Även på webbplatsen *www.villaaktuellt.se* påstår Elektrostore att bolaget har Sveriges lägsta priser. Samma påstående görs på webbplatsen *www.torget.se*. Elektrostores påståenden om att bolaget har Sveriges lägsta priser förekommer även i tidningsannonser, exempelvis i tidningar som Allt i hemmet, Allt om fritidshus, Allt om mat, Gula Butikerna.se, Teknikens Värld och Dagens Industri. Dessutom förekommer påståendet att Elektrostore har ”Sveriges lägsta priser” på vitvaror i radioreklam på bl.a. radiokanalerna Mix Megapol, Vinyl 107 och Radio City.

På sin webbplats anger Elektrostore bl.a. att ”elektrostore.se har Sveriges lägsta och förmånligaste priser på sina produkter” samt att elektrostore.se ”Säljer till Sveriges bästa priser”.

YRKANDEN M.M.

Tretti AB (Tretti) har yrkat att Marknadsdomstolen förbjuder Elektrostore Sverige AB (Elektrostore) att fortsätta med marknadsföring innehållande påståenden om att Elektrostore har Sveriges lägsta priser på vitvaror, Sveriges bästa priser på vitvaror eller annan liknande marknadsföring.

Elektrostore har bestritt Trettis talan.

Parterna har yrkat ersättning för sina rättegångskostnader.

GRUNDER OCH UTVECKLING AV TALAN

Parterna har anfört i huvudsak följande.

Tretti

Elektrostore påstår i sin marknadsföring att bolaget har Sveriges lägsta respektive bästa priser på vitvaror. Påståendena är felaktiga och därmed ägnade att verka vilseledande för konsumenter.

Påståendena om att Elektrostore har Sveriges bästa eller lägsta priser måste av konsumenter förstås som att Elektrostore har lägre priser på vitvaror än bolagets konkurrenter i Sverige. Påståendena är felaktiga. Både Elektrostore och Tretti har låga priser jämfört med många traditionella vitvarubutiker. En jämförelse mellan Elektrostores och Trettis priser avseende identiska produkter visar att Elektrostore är billigare i några fall medan Tretti är billigare i andra fall. Detsamma torde vara fallet vid en jämförelse med andra nätbaserade aktörer på marknaden. Inget tyder på att Elektrostore skulle vara generellt sett billigare. Ofta har Elektrostore och Tretti exakt samma priser. När priserna är desamma är Elektrostores priser självklart inte lägre än sina konkurrenters priser och därmed inte heller lägst i Sverige.

Både Elektrostore och Tretti säljer sina produkter inklusive priset för frakt. Detta pris anges på bolagens webbplatser och visas vid prisjämförelser på exempelvis *www.pricerunner.se*. Elektrostores och Trettis kunder har även möjlighet att själva komma till bolagens butiker eller lager och hämta den köpta varan. Om kunden väljer att själv hämta den köpta varan är priset lägre än priset inklusive frakt, hos Elektrostore 100 kr lägre och hos Tretti 200 kr lägre. Eftersom Elektrostore och Tretti ofta har exakt samma priser för sina varor inklusive frakt, har Tretti alltså lägre priser än Elektrostore när kunden väljer att själv hämta varan.

Elektrostores, Trettis och övriga nätbaserade aktörers priser ändras ständigt. Generella påståenden om ”bästa priser” eller ”lägsta priser” är inte vederhäftigt på en marknad där en aktör är billigare en dag och en annan aktör är billigare nästa dag.

Resultatet av de felaktiga påståendena som Elektrostore gör i sin marknadsföring blir dels att konsumenterna vilseleds om aktörernas priser, dels att Elektrostores konkurrenter, som inte lämnar vilseledande marknadsföring, skadas.

Elektrostore

Elektrostore har inte använt påståenden eller framställningar som är vilseledande.

När en konsument har bestämt sig för att göra ett inköp av en vitvara följer en beslutsprocess. I det fall vitvaran skall ersätta en trasig vitvara uppgår denna beslutsprocess till cirka en vecka. I det fall det planerade inköpet inte skall ersätta en trasig vitvara är beslutsprocessen utsträckt till mellan en och tre månader. Elektrostore har också en utställningslokal, som kunderna besöker, vilket bidrar till att köprocessen blir utsträckt i tiden. Det är mot denna bakgrund nedanstående prissättningsmekanismer skall ses.

Det är riktigt att Elektrostore påstår sig ha Sveriges bästa priser. För att kunna leva upp till detta påstående använder sig Elektrostore av två analysverktyg. Det ena är en daglig analysrapport från *www.pricerunner.se* (Pricerunners rapport). Denna rapport erhålls varje morgon strax efter kl. 08.00. Av rapporten framgår vilket företag som säljer respektive vitvara till lägst pris. Elektrostore är i mycket stor utsträckning noterat som billigast. Dock inträffar det från tid till annan att det för någon av de ca 2 000 olika vitvarorna inte är Elektrostore som har lägst pris. Det rör sig genomsnittligen om ca 10-15 produkter per dygn där Elektrostore inte har lägst pris. Omedelbart efter det att Elektrostore fått del av dessa uppgifter justerar Elektrostore priserna på dessa produkter så att de i vart fall ligger i nivå med de billigaste alternativen som andra företag tillhandahåller.

Utöver Pricerunners rapport får Elektrostore också en analysrapport från ett egenutvecklat verktyg avseende prisförhållandena per kl. 18.00 varje dag. Om någon leverantör skulle ha justerat sina priser under dagen har Elektrostore möjlighet att justera sina priser för att kunna leva upp till påståendet om att ha Sveriges bästa priser. Under tiden fram till juni 2005 hade Elektrostore en realtidsuppdatering. Detta innebär att prisjusteringarna skedde momentant.

Det ovan anförda innebär att Elektrostore, med undantag för mycket korta tidsperioder, har lägst priser på sina produkter. Även för det fall Elektrostore inte har noterats som "1st price"

i Pricerunners rapport, kan Elektrostore vara lika billig som den leverantör som har noterats som "1st price". Om Elektrostore har samma pris som leverantören som finns upptagen som "1st price" framgår detta av prisuppgiften närmast efter namnet Elektrostore i Pricerunners rapport.

De korta tidsrymder under vilka Elektrostore inte uppfyller kravet på att ha lägst priser saknar helt betydelse för den genomsnittliga konsumentens köpbeteende eftersom dennes beslutsprocess, som ovan angivits, är utsträckt över minst en vecka. Elektrostores påstående om att de har bäst och lägst priser är alltså giltigt. Det kan förekomma att någon annan leverantör har lika låga priser som Elektrostore. Att en annan aktör på marknaden har samma priser förtar inte påståendets riktighet. Att någon enstaka av Elektrostores varor under en kort tidsrymd har ett högre pris kan mot bakgrund av marknadsföringslagens syften inte medföra att det nu aktuella påståendet skall betraktas som felaktigt och därmed vara ägnat att verka vilseledande för konsumenterna. Högre grad av precision i marknadsföringen än vad Elektrostore har kan knappast uppnås.

Tretti

Uttrycket "lägsta priser" måste på normal svenska och för en normal konsument innebära att alla konkurrenter har högre priser. Som framgår av prisjämförelsen i Pricerunners rapport har Elektrostore sällan billigast produkter. I själva verket är det närmast regel att Elektrostore har samma pris som Tretti. Detta framgår av Pricerunners noteringar "1st och 2nd price". Inte sällan har bolagen som noterats "1st och 2nd price" samma priser. När Elektrostore har samma priser som Tretti eller annan konkurrent är Elektrostores priser inte lägst. I många fall är Elektrostore inte ens ett av de billigare alternativen.

För att Elektrostore skall anses ha Sveriges lägsta priser på vitvaror krävs att bolagets varor är billigare både jämfört med andra Internetbaserade konkurrenter inriktade på den svenska marknaden och jämfört med konkurrenter som säljer vitvaror via butik. Elektrostores påståenden om att de har Sveriges bästa eller lägsta priser är inte vederhäftiga vare sig det gäller konkurrenter på nätet eller det gäller övriga konkurrenter.

BEVISNING

Tretti har som skriftlig bevisning åberopat Pricerunners rapport och Elgigantens prissammanställning samt ett flertal utskrifter innehållande reklam från webbplatser och reklamannonser från olika tidningar och tidskrifter. Även Elektrostore har åberopat Pricerunners rapport.

DOMSKÅL

Marknadsföring skall vara vederhäftig. Den som i marknadsföring använder ett påstående skall kunna styrka dess riktighet. Kan han inte det, skall påståendet anses ovederhäftigt och därmed otillbörligt. Utgångspunkten vid bedömning av marknadsföringsåtgärder är det budskap som materialet förmedlar till den genomsnittlige konsumenten vid en flyktig läsning. När det gäller jämförelser i reklam ställs högre krav på vederhäftighet, i synnerhet vid jämförelser med utpekade konkurrenter. I förarbetena framhålls att det från både konsumenternas och näringslivets synpunkt är angeläget att motverka överdrifter i reklam. Det har dock framhållits att det ibland kan vara motiverat att se med visst överseende på överdrivna påståenden, t.ex. när priskonkurrens främjas.

I flera tidigare avgöranden har Marknadsdomstolen betonat priskonkurrensens värde för konsumenterna (se bl.a. MD 1975:18, 1982:14 och 1996:11). I avgörandet MD 1982:14 använde en butik som sålde bl.a. tapeter i Göteborgsområdet uttrycket ”visst är vi billigast!!!” i sin marknadsföring. I det målet ansåg Marknadsdomstolen att utredningen visade att det aktuella företaget kunde betecknas som ett lågprisföretag och att företaget generellt hade de lägsta priserna inom branschen i västra Sverige, även om det påvisats att i något enstaka fall en annan affär haft ett lägre pris. Marknadsdomstolen betonade priskonkurrensens värde för konsumenterna, och fann att den påtalade formuleringen inte kunde bedömas som otillbörlig.

Både Tretti och Elektrostore säljer vitvaror på Internet till konsumenter i Sverige. Den marknaden skiljer sig från en avgränsad marknad där företag säljer ett begränsat antal produkter och som verkar inom en geografiskt avgränsad del av Sverige, dvs. en sådan marknad som avsågs i avgörandet MD 1982:14. Utredningen i nu förevarande mål visar att det finns åtskil-

liga aktörer på den aktuella marknaden och att bolagens prisnivåer tenderar att ligga relativt jämnt. Det är inte ovanligt att priserna, som jämförs och förändras dagligen, skiljer sig åt med endast några få kronor. Konsumenterna kan ha full insyn i bolagens prissättning. Detta ligger till grund för Marknadsdomstolens bedömning i förevarande mål.

Elektrostores påståenden om ”Sveriges lägsta priser” och ”Säljer till Sveriges bästa priser” på vitvaror ger den genomsnittlige konsumenten intryck av att Elektrostore har de lägsta priserna på vitvaror i Sverige och att de alltid är billigare än konkurrenterna. Utredningen ger emellertid stöd för att Tretti och Elektrostore har samma låga priser för de klart övervägande delen av produkterna. I några fall har Elektrostore de billigaste produkterna, i andra fall Tretti. Således har både Tretti och Elektrostore utmärkt sig som lågprisföretag på den marknad där de verkar. Såsom visats i målet finns det härutöver även andra bolag som i ett inte obetydligt antal fall har de billigaste produkterna. När Elektrostore i sin marknadsföring påstår sig ha de lägsta och bästa priserna på vitvaror i Sverige måste bolaget enligt Marknadsdomstolen kunna visa att det är ensamt om detta. Det räcker inte med att visa att det är ett av de bolag som i övervägande antal fall har de lägsta priserna på vitvaror (jfr. MD 1982:11 och 2002:7). Det finns mot bakgrund härav inslag av överdrifter i de aktuella påståendena som inte heller kan godtas med hänvisning till att de främjar priskonkurrensen. Sammanfattningsvis har Elektrostore inte förmått visa att bolaget verkligen är ensamt om att hålla de lägsta priserna på vitvaror eller att det är billigare än sina konkurrenter. Påståendena är därmed ovederhäftiga och därför också otillbörliga.

Trettis yrkande skall följaktligen bifallas, dock med den justeringen att Elektrostore förbjuds att vid marknadsföring av vitvaror använda formuleringarna ”Sveriges lägsta priser” och ”Säljer till Sveriges bästa priser” eller andra formuleringar med väsentligen samma innebörd, om så inte är fallet.

Vite

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

Rättegångskostnader

Med denna utgång i saken är Tretti vinnande part och berättigad till ersättning för sina rättegångskostnader. Tretti har yrkat ersättning med 70 000 kr avseende ombudsarvode. Elektrostore har vitsordat 20 000 kr som skäligt i sig. Enligt Marknadsdomstolens mening får Tretti anses skäligen tillgodosett med 40 000 kr avseende ombudsarvode.

På Marknadsdomstolens vägnar

C H Fallenius

Ledamöter: Christer Fallenius, ordförande, Jörgen Holgersson, Anna-Lena Järvstrand, Maria Bengtsson, Lars Hallén, Sten Nyberg och Eva Ossiansson. Enhälligt

Sekreterare: Ylva Averstén