

MARKNADSDOMSTOLEN

DOM

2007:3

2007-02-13

Dnr C 21/06

KÄRANDE

Drytek Flooring Solutions AB,
Klockarvägen 112, 151 61 SÖDERTÄLJE
Ombud: J. Ö.

SVARANDE

Combimix AB,
Verkstadsvägen 6, 746 40 BÅLSTA
Ombud: advokaten P. D. och jur. kand.
P-O. B., Advokatfirman Foyen AB,
Box 7229, 103 89 STOCKHOLM

SAKEN

marknadsföring av byggspackel m.m.

DOMSLUT

1. Marknadsdomstolen lämnar Drytek Flooring Solutions AB:s talan utan bifall.
2. Drytek Flooring Solutions AB skall ersätta Combimix AB dess rättegångskostnader med sextiotusen (60 000) kr avseende ombudsarvode, jämte ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker.

YRKANDEN M.M.

Drytek Flooring Solutions AB (Drytek) har yrkat att Combimix AB (Combimix) skall förbjudas att vid vite av 500 000 kr marknadsföra byggspackel samt avjämnings- och slit-skiktsprodukter under kännetecknet DRY-tec eller därmed snarlik beteckning.

Combimix har, som man slutligt bestämt sin talan, medgett förbudsyrkandet.

Parterna har yrkat ersättning för rättegångskostnader.

GRUNDER OCH UTVECKLING AV TALAN

Drytek har anfört i huvudsak följande.

Drytek har registrerat varumärket DRYTEK för flytande golvjämningsmassor, byggspackel samt avjämnings- och slitskiktsprodukter för användning på golv, tak och väggar. Dessa produkter har marknadsförts av Drytek eller dess systerföretag TP Cotton US Building Materials AB i Sverige sedan år 2001. Idén till produkterna och deras utveckling har Drytek stått för.

Combimix har under våren 2006 marknadsfört grovbetong, finbetong och cement i förpackningar märkta DRY-tec. Dessa förpackningar har distribuerats till ett stort antal återförsäljare och har även marknadsförts genom massdistribuerad direktreklam, exempelvis i "Bauhaus Magazine". På grund av namnligheten vilseleder denna marknadsföring konsumenterna om produkternas kommersiella ursprung samt om deras kännetecken vilket strider mot 6 § marknadsföringslagen (1995:450), MFL. Marknadsföringen utgör även vilseledande efterbildning i strid med 8 § MFL. Vidare utgör Combimix marknadsföring renommésnyltning, då Drytek under lång tid salufört sina DRYTEK-produkter och byggt upp ett anseeligt goodwillvärde för dessa. Detta är inte förenligt med 4 § MFL och leder till ekonomisk skada för Drytek. Slutligen innebär Combimix beteckning DRY-tec ett intrång i det av Drytek registrerade varumärket DRYTEK, vilket strider mot god marknadsföringssed.

Combimix har visserligen nyligen förklarat att man avser att upphöra med beteckningen DRY-tec. Ett förbud i enlighet med yrkandet är ändå av stor vikt för Drytek för att förhindra framtida intrång.

Combimix har inte åberopat några sakomständigheter.

BEVISNING

Drytek har åberopat viss skriftlig bevisning.

DOMSKÅL

Drytek har gjort gällande att Combimix marknadsföring av produkter under beteckningen DRY-tec strider mot 4, 6 och 8 §§ MFL. Combimix har medgett talan. Med hänsyn till målets indispositiva karaktär är Marknadsdomstolen emellertid inte bunden av Combimix medgivande utan har att göra en självständig prövning av om den påtalade marknadsföringen är att anse som otillbörlig på det sätt som Drytek har påstått.

Marknadsdomstolen har i sin tidigare praxis vid flera tillfällen uttalat att den marknadsrättsliga bedömningen skall ske fristående från immaterialrättsliga överväganden (jfr bl.a. MD 2006:3). Ett förbud enligt MFL kan således inte meddelas enbart på den grunden att ett förfarande utgör t.ex. varumärkesintrång. Marknadsdomstolen prövar endast om påtalade åtgärder strider mot MFL eller inte.

Drytek har anfört att den påtalade marknadsföringen dels vilseleder om det kommersiella ursprunget och om kännetecknen, dels utgör vilseledande efterbildning, dels ock utgör renommésnyltning. En förutsättning för att talan skall kunna bifallas på någon av dessa grunder är att det som har utnyttjats är känt på marknaden så att det förknippas med en annan näringsidkares verksamhet.

Drytek har genom den i målet åberopade utredningen visat att bolaget, eller dess systerföretag TP Cotton US Building Materials AB, haft DRYTEK-produkter i sitt sortiment sedan år 2001. Någon utredning till stöd för påståendet att dessa produkter är kända på marknaden så att de förknippas med Drytek har emellertid inte presenterats. Hur det förhåller sig med den-

na omständighet är således helt okänt för Marknadsdomstolen. Vid detta förhållande kan Dryteks talan, trots Combimix medgivande, inte bifallas.

Rättegångskostnader

Vid denna utgång skall Drytek ersätta Combimix dess rättegångskostnader. Combimix har yrkat ersättning med sammanlagt 116 250 kr, varav 93 000 kr för ombudsarvode och resterande del för mervärdesskatt. Marknadsdomstolen finner att Combimix får anses skäligen tillgodosett med en ersättning om 60 000 kr för ombudsarvode. Någon ersättning för mervärdesskatt skall inte utgå.

På Marknadsdomstolens vägnar

C H Fallenius

Ledamöter: Christer Fallenius, ordförande, Jörgen Holgersson, Jonas Häckner, Sten Nyberg och Eva Ossiansson. Enhälligt

Sekreterare: Karin Walberg