

KÄRANDE

Taxi trafikförening u.p.a., Box 6576,
113 83 STOCKHOLM

Ombud: advokaten G. A.,
S. & Partners Advokatbyrå KB,
Engelbrektsgatan 7, 114 32 STOCKHOLM

SVARANDE

M. A.,
Ombud: advokaten L. J., Advokat AB L.K. J.,
Box 22253, 104 22 STOCKHOLM

SAKEN

marknadsföring av taxitjänster

DOMSLUT

Marknadsdomstolen förbjuder M. A. vid vite av femhundrausen (500 000) kr att vid marknadsföring av taxitjänster använda dels den påtalade logotypen, dels den påtalade taklyktan i kombination med den påtalade logotypen, eller kännetecknen med väsentligen samma utformning.

YRKANDEN M.M.

Taxi trafikförening u.p.a. (Taxi Stockholm) har yrkat att Marknadsdomstolen skall förbjuda M. A. vid vite av 400 000 kr att vid marknadsföring av taxitjänster använda i första hand den taklykta och den logotyp som framgår av domsbilaga 1 eller kännetecknen med väsentligen samma utformning, i andra hand – för det fall Marknadsdomstolen inte bifaller förstahandsyrkandet eller bifaller yrkandet enbart delvis – den angivna taklyktan och den angivna logotypen i kombination eller kännetecknen med väsentligen samma utformning.

M. A. har medgett Taxi Stockholms talan.

GRUNDER OCH UTVECKLING AV TALAN

Taxi Stockholm har anfört i huvudsak följande.

Taxi Stockholm och dess verksamhet

Taxi Stockholm bedriver verksamhet i taxibranschen i hela Stockholms län. Föreningen är den ojämförligt största och mest välkända aktören i länet. Av länets ca 5 000 taxifordon är ca 1 500 anslutna till Taxi Stockholm. Samtliga dessa fordon är försedda med föreningens kännetecken, vilka bl.a. består av en taklykta och en logotyp vars utseende och placering framgår av domsbilaga 2.

Den aktuella taklyktan har använts på samtliga taxifordon sedan 1990 och den är sedan 1991 skyddad av registrering enligt mönsterskyddslagen. Varumärket mitt på taklyktan är ett registrerat varumärke. Taxi Stockholm lät ett företag specialiserat på formgivning och tillverkning av bl.a. taxilyktor ta fram taklyktan i samband med att taxibranschen avreglerades 1990. Avsikten var att med den framtagna taklyktan skilja ut Taxi Stockholm från dess konkurrenter. Den ifrågasvarande logotypen har använts på samtliga taxifordon sedan 1993. Även i logotypen ingår det registrerade varumärket. Taxi Stockholm hävdar dessutom ensamrätt till orden ”Taxi Stockholm” genom inarbetning. Även logotypen tillskapades för att skilja ut Taxi Stockholm från dess konkurrenter. Taxi Stockholms taklykta och logotyp tillskapades således för att särskilja föreningens tjänster från övriga taxiföretags tjänster och de har inte huvudsakligen en funktionellt betingad utformning. Taklyktans och logotypens ut-

formning i kombination med det angivna varumärket medför att såväl taklyktan som logotypen har särprägel.

Taxi Stockholm har som ovan angivits ett mycket stort antal anslutna fordon i verksamhet i Stockholm med taklyktan och logotypen anbringade. Dessa fordon sprider kännedom om taklyktan och logotypen i hela Stockholmsområdet. Den aktuella logotypen används i samband med all Taxi Stockholms marknadsföring vilken sker såväl lokalt som rikstäckande med användande av i princip alla tillgängliga medier. Även den ifrågavarande taklyktan används i den övriga marknadsföringen. Taxi Stockholm lägger årligen ner en-två miljoner kr på marknadsföring. Taxi Stockholm gör gällande att såväl taklyktan som logotypen är välkända i den mening som avses i 8 § marknadsföringslagen (1995:450), MFL.

Den påtalade marknadsföringen

M. A. är en mindre konkurrent till Taxi Stockholm. Han har såvitt kunnat utrönas ett taxifordon i drift. Fordonet är utrustat med den taklykta och den logotyp som framgår av domsbilaga 1.

M. A:s taklykta är utformad med samma karakteristika som Taxi Stockholms taklykta, dvs. med ordet "TAXI" i svarta versaler, en välvd upphöjning mitt på lyktan ovanför bokstäverna A och X samt i den välvda upphöjningen ett cirkelformat märke med gult som dominerande färg. Anknytningen till Taxi Stockholm förstärks av att lyktan har ordet "STOCKHOLM" anbringat på framsidan omedelbart under ordet "TAXI".

M. A:s logotyp har tydliga likheter med Taxi Stockholms logotyp. Logotypen domineras av orden "TAXI" och "STOCKHOLM" centralt i logotypen med vita versaler på svart botten. Proportionerna mellan orden "TAXI" och "STOCKHOLM" överensstämmer med Taxi Stockholms logotyp och typsnitten är lika. Anknytningen till Taxi Stockholm förstärks av att logotypen innehåller en gul cirkelformad symbol ovanför bokstäverna "A" och "X" i "TAXI" i likhet med Taxi Stockholms logotyp. Placeringen av M. A:s logotyp på motorhuv och framdörrar överensstämmer också med placeringen av Taxi Stockholms kännetecken. M. A:s fordon är dessutom svart vilket även Taxi Stockholms fordon är.

M. A. har såvitt kunnat konstateras använt den påtalade taklyktan i vart fall sedan augusti 2006. Taxi Stockholm skickade ett rekommenderat varningsbrev till M. A. den 6 oktober 2006 och ett påminnelsebrev den 6 november 2006. M. A. besvarade inte något av breven. Han bekräftade dock vid telefonsamtal att han mottagit breven men uppgav att han inte avsåg att ändra utstyrsel på sitt fordon.

Både taklyktan och logotypen är viktiga delar av Taxi Stockholms marknadsföring och inte minst kombinationen av dessa är viktig för kundernas identifiering av föreningens fordon och tjänster. Som enskild del av marknadsföringen intar taklyktan en särställning när det gäller att skilja de olika taxiföretagens fordon från varandra, bl.a. eftersom det av tradition i branschen är taklyktan som utvisar om taxibilen är ledig för ny kund eller inte. Som ovan angivits är dock både taklyktan och logotypen kända i kundkretsen var för sig och även logotypen har en viktig identifierande funktion eftersom den används i all övrig marknadsföring. Logotypen har troligtvis även fått en ökad betydelse på grund av det stora antal plagieringsförsök som under senare år skett avseende Taxi Stockholms taklykta. Detta eftersom de kunder som varseblivit plagieringsförsöken tvingats att observera även övrig utstyrsel på taxifordonen för att säkerställa att de valt ett fordon från det företag de önskar.

Kunden har i princip aldrig möjlighet att jämföra utstyrseln på Taxi Stockholms bilar med utstyrseln på M. A:s bil. Inte sällan väljer kunden en viss taxibil när denna befinner sig på avstånd. Avgörande för bedömningen måste därför vara den minnesbild som respektive utstyrsel ger hos taxikunden i den typiska kundsituationen. Vid den bedömningen skall man bortse från eventuella detaljskillnader och i stället se till det helhetsintryck de aktuella utstyrselarna ger.

M. A. har utformat taklyktan så att den, när bilen är ledig, kommer att som främsta igenkänningstecken ha en gul lysande cirkel placerad mitt på lyktan i en upphöjning helt i likhet med Taxi Stockholms fordon. Taxi Stockholm gör gällande att den likhet i fråga om färgval och utformning som föreligger mellan de aktuella taklykterna är sådan att taklykterna skapar väsentligen samma bestående minnesbild hos taxikunderna. M. A. har vidare försett sitt fordon med en logotyp som i fråga om text, typsnitt, färgval, proportioner och placering också skapar väsentligen samma bestående minnesbild hos taxikunderna. Taxi Stockholm gör gällande att utformningen av M. A:s taklykta och logotyp är sådan att de, var för sig, är förväxlingsbara med Taxi Stockholms motsvarande. I vart fall är M. A:s taklykta och logo-

typ i kombination med varandra förväxlingsbara med Taxi Stockholms taklykta och logotyp i kombination.

Taxi Stockholm gör mot bakgrund av det anförda gällande att M. A:s marknadsföring är vilseledande enligt 8 § MFL.

M. A. ger vidare genom marknadsföringen sken av att vara ansluten till Taxi Stockholm och därigenom att tillhandahålla den kvalitet och service som Taxi Stockholm tillhandahåller. Enligt Taxi Stockholms uppfattning uppfyller inte M. A:s verksamhet samma kvalitetskrav som Taxi Stockholm ställer på åkerier anslutna till Taxi Stockholm. Taxi Stockholm ger samtliga åkare och förare en utbildning avseende bl.a. ortskänedom och kundservice som är marknadsledande. Vidare upprätthåller Taxi Stockholm en dygnet-runt service till kunderna avseende bl.a. reklamationshantering. Taxi Stockholms fordon innehåller den senaste tekniken med bl.a. GPS-navigering och kunderna kan använda sig av Taxi Stockholms kreditkort och andra betalningsmedel. Med hänsyn till det anförda vilseleder M. A. kunderna vad avser tjänsternas kommersiella ursprung och egenskaper i strid mot 6 § MFL.

I vart fall utgör M. A:s marknadsföring ett utnyttjande av Taxi Stockholms goda renommé genom att hans taklykta och logotyp, eller i vart fall dessa i kombination med varandra, utan Taxi Stockholms samtycke liknar och nära associerar till Taxi Stockholms motsvarande. M. A:s användning av den plagierade taklyktan och logotypen utgör ett direkt utnyttjande av Taxi Stockholms ställning på marknaden. Marknadsföringen strider därför mot god marknadsföringssed och är därmed otillbörlig enligt 4 § MFL.

Sammantaget föreligger förutsättningar att meddela förbud för M. A. att fortsätta med marknadsföringen. Förbudet skall förenas med vite.

BEVISNING

Taxi Stockholm har åberopat viss skriftlig bevisning.

DOMSKÄL

Taxi Stockholm har gjort gällande att M. A:s marknadsföring av taxitjänster genom användningen av det påtalade fordonet strider mot 4, 6 och 8 §§ marknadsföringslagen (1995:450), MFL. M. A. har medgett Taxi Stockholms talan. Med hänsyn till målets indispositiva karaktär är Marknadsdomstolen emellertid inte bunden av M. A:s medgivande utan har att göra en självständig prövning av om marknadsföringen är att anse som otillbörlig på det sätt Taxi Stockholm har påstått.

Enligt 8 § MFL får en näringsidkare vid marknadsföring inte använda efterbildningar som är vilseledande genom att de lätt kan förväxlas med någon annan näringsidkares kända och särpräglade produkter. För att en vilseledande efterbildning skall anses föreligga i detta fall krävs således dels att Taxi Stockholms taklykta och logotyp, var för sig eller i kombination, är att anse som särpräglade och väl kända på marknaden, dels att det föreligger förväxlingsrisk mellan aktuella produkter.

När det gäller frågorna om särprägel och kännedom har Marknadsdomstolen i ett flertal tidigare avgöranden funnit att Taxi Stockholms taklykta uppfyller de krav som uppställs i MFL (se bl.a. MD 2006:8). Något skäl att frånga denna bedömning i det nu aktuella målet föreligger inte. Vad som ger taklyktan ett särpräglat utseende är främst det i mitten anbringade varumärket. Det torde också vara detta som medför att taklyktan är väl känd på marknaden. Eftersom logotypen innehåller samma varumärke måste denna också anses uppfylla kraven i nämnda avseenden. Marknadsdomstolen anser således att såväl taklyktan som logotypen är särpräglade och väl kända på marknaden på sätt som erfordras enligt MFL.

Vad gäller förväxlingsrisken måste bedömningen avse bilarna i deras helhet (jfr MD 2006:8). Marknadsdomstolen konstaterar därvid att såväl den taklykta som den logotyp M. A. använt uppvisar stora likheter med de kännetecken som används av Taxi Stockholm. Redan användningen av logotypen medför att de aktuella fordonen vid en jämförelse ger ett så likartat helhetsintryck att förväxlingsrisk föreligger. Denna risk ökar genom användningen av den påtalade taklyktan. Den senare är dock inte så lik Taxi Stockholms taklykta att den ensam kan medföra att förväxlingsrisk föreligger. Sammantaget medför således användningen av dels logotypen i sig, dels taklyktan i kombination med logotypen att det finns risk för att konsumenterna förväxlar M. A:s fordon med Taxi Stockholms fordon. M. A:s fordon med den i målet påtalade utformningen utgör därför en vilseledande efterbildning som står i

strid mot 8 § MFL. Taxi Stockholms talan skall redan på denna grund bifallas. Vid denna bedömning saknas skäl att pröva om marknadsföringen även strider mot 4 eller 6 § MFL. Förbudet bör i enlighet med det anförda omfatta dels den påtalade logotypen i sig, dels den påtalade taklyktan i kombination med logotypen.

Vite

Enligt 19 § MFL skall ett förbud förenas med vite, om det inte av särskilda skäl är obehövt. Sådana särskilda skäl föreligger inte i målet. Vitesbeloppet bör i enlighet med gällande praxis bestämmas till 500 000 kr.

På Marknadsdomstolens vägnar

C H Fallenius

Ledamöter: Christer Fallenius, ordförande, Jörgen Holgersson, Per Eklund och Jonas Häckner. Enhälligt

Sekreterare: Mathias Wastesson