

**KÄRANDE**

Media-Saturn Holding Sweden AB,  
Mallslingan 22, 187 66 TÄBY  
Ombud: advokaterna C. M. och  
D. N., Ashurst Advokatbyrå AB,  
Box 55564, 102 04 STOCKHOLM

**SVARANDE**

Elgiganten Aktiebolag, Box 577,  
175 26 JÄRFÄLLA  
Ombud: advokaten S. N.  
Advokatfirman N. & H. KB, Box 7394,  
103 91 STOCKHOLM

**SAKEN**

marknadsföring av hemelektronik m.m.

---

**DOMSLUT**

1. Marknadsdomstolen förbjuder Elgiganten Aktiebolag vid vite av femhundra tusen (500 000) kr att vid marknadsföring av hemelektronik, kameror och annan fotoutrustning, datautrustning, vitvaror, mobiltelefoner eller andra liknande produkter använda påståendena ”Det bredaste sortimentet av märkesvaror”, ”Nordens bredaste sortiment” samt ”Norra Europas största elektronik- och vitvarusortiment” eller andra påståenden av väsentligen samma innebörd, om så inte är fallet.
2. Elgiganten Aktiebolag skall ersätta Media-Saturn Holding Sweden AB dess rättegångskostnader med tvåhundra sextusentrehundra fyra (206 304) kr, varav 193 290 kr avser ombudsarvode, jämte ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker.

## **YRKANDEN M.M.**

Media-Saturn Holding Sweden AB (Media-Saturn) har yrkat att Marknadsdomstolen vid vite av femhundra tusen (500 000) kr skall förbjuda Elgiganten Aktiebolag (Elgiganten) att vid marknadsföring av bland annat hemelektronik, fotoutrustning, datautrustning, vitvaror, kameror, mobiltelefoner eller liknande produkter som tillhandahålls av elektronik- och vitvarubutiker och varuhus använda påståendena ”Det bredaste sortimentet av märkesvaror”, ”Nordens bredaste sortiment” samt ”Norra Europas största elektronik- och vitvarusortiment” eller andra påståenden av väsentligen samma innebörd, om så inte är fallet.

Elgiganten har bestritt käromålet i dess helhet.

Båda parter har yrkat ersättning för rättegångskostnader.

Marknadsdomstolen har den 23 januari 2007 interimistiskt förbjudit Elgiganten att vid marknadsföring av hemelektronik, fotoutrustning, datautrustning, vitvaror, kameror och mobiltelefoner använda påståendena ”Det bredaste sortimentet av märkesvaror”, ”Nordens bredaste sortiment” samt ”Norra Europas största elektronik- och vitvarusortiment” eller andra påståenden av väsentligen samma innebörd, om så inte är fallet.

## **GRUNDER OCH UTVECKLING AV TALAN**

Parterna har anfört i huvudsak följande.

### **Media-Saturn**

#### *Bakgrund*

Media Markt etablerades 1979 i München och ingår i den tyska koncernen Metro AG. Idag finns det över 600 Media Markt-varuhus i tretton europeiska länder. Hemelektronikkedjans affärskoncept bygger på mycket stora butiker med ordentlig golvyta, unikt stort utbud av produkter, mycket låga priser och snäva vinstmarginaler med större omsättning. Detta är ett affärskoncept som har inneburit att hemelektronikkedjan Media Markt idag omsätter mer än någon annan hemelektronikkedja i Europa.

I Sverige öppnades det första Media Markt-varuhuset den 28 september 2006 i Kungens Kurva i Stockholm. Varuhuset är cirka 4 500 kvm stort. Den 26 oktober 2006 invigde Media-Saturn ett lika stort Media Markt-varuhus i Göteborg. Varje Media Markt-varuhus är ett eget bolag som till över 90 procent ägs av Media-Saturn. Ytterligare 20-30 varuhus kan komma att etableras i Sverige. Media Markt-varuhusen erbjuder i snitt 43 000 olika artiklar, vilket är mångdubbelt större än Elgigantens utbud.

### *Den påtalade marknadsföringen*

Elgiganten har påstått, i bl.a. direktreklam till hushåll och på fasadskyltar, att Elgiganten har ”Det bredaste sortimentet av märkesvaror”, ”Nordens bredaste sortiment” samt ”Norra Europas största elektronik- och vitvarusortiment”. Elgiganten saknar fog för dessa påståenden. Påståendena är därmed vilseledande och otillbörliga enligt marknadsföringslagen (1995:450), MFL.

”Det bredaste sortimentet av märkesvaror”

Det åligger Elgiganten att visa att bolaget alltid tillhandahåller ett sortiment av märkesvaror för hemelektronik och vitvaror som klart överstiger det sortiment som Elgigantens konkurrenter tillhandahåller. I påståendet ligger en jämförelse med samtliga andra företag som bedriver försäljning av hemelektronik och vitvaror, vilket innebär att det ställs höga krav på vederhäftigheten i jämförelsen. Elgiganten påstod i november 2006 bl.a. i direktreklam till hushåll att bolaget tillhandahåller drygt 5 000 produkter. Media Markt-varuhusen tillhandahåller i snitt ett urval av mångdubbelt fler artiklar. Media-Saturn tillhandahåller i Media Markt-varuhusen även flertalet märkesvaror som inte Elgiganten tillhandahåller.

”Nordens bredaste sortiment” och ”Norra Europas största elektronik- och vitvarusortiment”

Det åligger Elgiganten att visa att bolaget i sina butiker och varuhus i Norden och Norra Europa alltid tillhandahåller ett sortiment av varor för hemelektronik och vitvaror som klart överstiger det sortiment som Elgigantens konkurrenter tillhandahåller. I påståendet ligger en jämförelse med samtliga andra företag som bedriver försäljning av hemelektronik, vilket innebär att det ställs höga krav på vederhäftigheten i jämförelsen.

## **Elgiganten**

### *Allmänt*

Elgiganten, som är en del av den norska Elkjøp-koncernen, och som i sin tur ägs av den brittiska hemelektronikkoncernen DSG International plc (DSG), är den största aktören på den svenska hemelektronikmarknaden med en marknadsandel på cirka 17 procent. Elgiganten har funnits på den svenska marknaden sedan 1994 och har idag 56 varuhus fördelade över hela Sverige. I Norden har Elgiganten totalt 245 varuhus.

På marknaden för hemelektronik och vitvaror finns, utöver Elgiganten, ett antal större varuhuskedjor, OnOff, Siba och Expert, samt ett stort antal mindre aktörer, s.k. fackhandel. Därutöver finns även ett antal nätbaserade aktörer som saluför hemelektronik och/eller vitvaror, t.ex. NetOnNet och tretti.se. Dessutom har Media-Saturn etablerat sig i Sverige under hösten 2006 genom sina två Media Markt-varuhus.

Elgiganten gör gällande att bolaget har fog för de tre påtalade marknadsföringspåståendena varför den påtalade marknadsföringen är såväl korrekt som tillbörlig och därmed inte vilseledande enligt MFL.

### *Elgigantens sortiment*

Elgiganten kan genom sin storlek, sitt rikstäckande varuhusnät samt genom sitt stora centrallager beläget i Jönköping köpa in omfattande varumängder. Detta medför att Elgiganten kan erbjuda konsumenterna ett mycket stort urval av varutyper och modeller från inköpsställen som täcker hela landet. Elgiganten samordnar samtliga inköp vad avser Norden, vilket möjliggör för Elgiganten att köpa in en sortimentsbredd som de andra aktörerna på marknaden saknar möjlighet till.

Elgiganten tillhandahåller ett mycket stort antal varutyper, modeller och varor, inom såväl hemelektronik som vitvaror. Mot bakgrund av Elgigantens storlek, avseende såväl inköp som organisation, har Elgiganten haft det största och bredaste sortimentet i såväl Sverige som Norden vad avser hemelektronik och vitvaror, under en längre period, något som aldrig bestritts av övriga aktörer på marknaden. Av den sammanställning avseende de sju viktigaste produktgrupperna som Elgiganten har gjort framgår att Elgiganten i samtliga varu-

grupper erbjuder ett sortiment som är överlägset bredare än konkurrenternas.

Media-Saturn, genom Media Markt, är en ny aktör på den svenska hemelektronikmarknaden som varit verksamt i Sverige i ett fåtal månader. Någon statistik eller annan officiell information rörande Media-Saturns sortiment finns därför inte att tillgå. Det finns ej heller tillgängligt underlag som utvisar på vilket sätt denna uppgift skulle kunna beräknas.

#### *Jämförelser rörande utbud till konsument ur ett produktperspektiv*

Utbudet till konsument skall ses från dels ett produktperspektiv, dels ett marknadsperspektiv. Från ett produktperspektiv är det framförallt sju produktgrupper som är mest intressanta och mest attraktiva. Dessa produktgrupper är Flat Screens (platta TV-apparater), mobiltelefoner, kameror, laptop (bärbara datorer), tvättmaskiner, diskmaskiner och stationära datorer. Av dessa produktgrupper är det framförallt mobiltelefoner som utgör den produktgrupp som är mest efterfrågad av konsumenterna och som också i många fall utgör den produktmarknad man vid mätningar utgår från som referensmarknad. Enligt uppgift från A. A. hos Elektronikbranschen uppgår marknaden för mobiltelefoner till 3 000 000 stycken per år och utgör därigenom den absolut största produktgruppen i detta sammanhang.

För att ge en så rättvisande bild som möjligt av marknaden och det sortiment och utbud som erbjuds konsumenterna bör man således i första hand koncentrera sig på dessa sju produktgrupper. Vad avser sortimentet av mindre tillbehör till ovanstående produktgrupper såsom skarvsladdar, batterier och dylikt är av naturliga skäl konsumentintresset av ett brett och stort sortiment avseende dessa tillbehör betydligt mer begränsat och de aktörer som tillhandahåller dessa artiklar på marknaden är oräkneliga. Dessa tillbehör behöver således i detta sammanhang inte omfattas av redogörelsen. Den genomsnittliga konsumenten torde vidare uppfatta påståenden rörande stora och/eller breda sortiment som hänförliga till de verkliga hemelektronikprodukterna och inte biprodukter såsom diverse mindre tillbehör.

Media-Saturns uppgift om att Media-Saturn genom Media Markt tillhandahåller 43 000 artiklar tillbakavisas, mot bakgrund av att denna uppgift inte kan kontrolleras, ej heller jämföras med andra aktörers då underlaget för beräkningen är opreciserad. Det är inte heller möjligt att likställa 43 000 artiklar med ett stort eller brett sortiment, då dessa artikelangivelser sannolikt även omfattar skarvsladdar, batterier och liknande varor som i detta hänseende saknar intresse från ett konsumenthänseende. Likaså förekommer sannolikt artiklar vilka

inte motsvaras av en i varuhuset tillgänglig vara utan möjligtvis beställningsvaror från den Europeiska marknaden.

Elgiganten har, trots avsaknaden av officiell information avseende Media Markt, sammanställt statistik rörande sortimentet av de två mest attraktiva produktgrupperna, mobiltelefoner och datorer. Av denna sammanställning kan konstateras att Elgiganten, oaktat Media-Saturns etablering på den svenska marknaden, med största sannolikhet har det bredaste och största sortimentet av hemelektronik och vitvaror, varför den påtalade marknadsföringen är såväl korrekt som tillbörlig.

#### *Jämförelse rörande utbud till konsument ur ett marknadsperspektiv*

Elgiganten har 245 varuhus i Norden, vilka fördelar sig enligt följande: 101 varuhus i Norge, 29 varuhus i Danmark, 47 varuhus i Finland, 2 varuhus på Island, 1 varuhus på Färöarna samt 56 Elgiganten-varuhus och 9 PcCity-varuhus i Sverige.

Elgigantens varuhus i Sverige är fördelade över hela landet, varför Elgiganten har en räckvidd som når i princip samtliga konsumenter i Sverige, oavsett var de bor. Detta medför att Elgiganten kan erbjuda konsumenter över hela Sverige tillgång till Elgigantens omfattande sortiment av hemelektronik och vitvaror.

Utöver de 56 varuhusen bedriver Elgiganten även en omfattande försäljning via Elgigantens webbplats ([www.elgiganten.se](http://www.elgiganten.se)). Denna möjlighet erbjuds även av en rad andra aktörer på marknaden, dock inte av Media-Saturn/Media Markt.

Vid en jämförelse mellan Elgiganten och de två Media Markt-varuhusen kan konstateras att Media Markts varor i princip endast kan köpas av kunder boende i närheten av Media Markts varuhus i Skärholmen i Stockholm respektive Västra Frölunda i Göteborg, medan Elgiganten kan erbjuda sina varor till kunder i princip i hela Norden. Det kan således konstateras att Elgigantens sortiment når ett betydande större antal konsumenter än det sortiment som Media-Saturn erbjuder. Ett således bredare sortiment även ur ett marknadsperspektiv.

Elgiganten har, oaktat Media-Saturns etablering på den svenska marknaden, såväl Nordens som Norra Europas bredaste och största sortiment av hemelektronik och vitvaror, varför den påtalade marknadsföringen är såväl korrekt som tillbörlig.

## **Media-Saturn har genmält**

”Det bredaste sortimentet av märkesvaror”

Påståendet kan av en konsument inte förstås på annat sätt än att Elgiganten i vart fall tillhandahåller klart fler märken än någon annan konkurrent totalt sett (Sony, Panasonic, Harman Kardon, Bose, Samsung etc.) och det bredaste sortimentet inom respektive produkt- och märkeskategori (t.ex. fler märken än någon annan avseende hörlurar eller det bredaste sortimentet av Sony-produkter).

Påståendet är direkt och uteslutande relaterat till produktsortimentet. Det är då ovidkommande om Elgiganten eventuellt finns i fler länder i Norden eller har fler varuhus i Sverige än några av sina konkurrenter. Av påståendet följer att ingen konsument kan hitta ett bredare sortiment av märkesvaror för hemelektronik och vitvaror än hos Elgiganten, vare sig i en Internetbutik eller i ett annat varuhus.

Det åligger Elgiganten att visa, åtminstone i ovan nämnda avseenden, att det alltid tillhandahåller ett sortiment av märkesvaror för hemelektronik och vitvaror som är klart större och bredare än det sortiment som Elgigantens konkurrenter tillhandahåller. Elgiganten har inte lagt fram någon bevisning till stöd för påståendet att det skulle tillhandahålla det bredaste sortimentet av märkesvaror.

Den av Elgiganten åberopade undersökningen berör endast sju av Elgigantens egenhändigt utvalda produktgrupper, varvid varken Media Markt-varuhuset eller renodlade Internetbutiker (t.ex. NetOnNet) beaktats. Någon redogörelse för antalet märken inom olika produktkategorier tillhandahålls inte. Det framgår således inte att Elgiganten exempelvis skulle erbjuda TV-apparater, kylskåp eller någon annan produkt av fler märken än någon annan konkurrent. Av nämnda bevisning framgår inte heller att Elgiganten skulle tillhandahålla fler märken än någon annan konkurrent totalt sett.

Vidare är det långt ifrån tillräckligt för Elgiganten att visa att det eventuellt tillhandahåller det största och bredaste sortimentet såvitt avser endast sju produktgrupper, utan någon märkesjämförelse. Endast fem produkter har jämförts i kategorin hemelektronik och endast två produkter (tvätt- och diskmaskiner) har jämförts i kategorin vitvaror. Media-Saturn bestrider

även att Elgiganten skulle tillhandahålla det största och bredaste sortimentet av märkesvaror såvitt avser dessa sju produktgrupper.

Media-Saturn tillhandahåller i sina varuhus flertalet märken som inte tillhandahålls av Elgiganten i vare sig varuhus eller dess Internetbutik. Som exempel kan nämnas märkena Bose, Magnat, Alpine, Myryad, Loewe och Cylinda. Därutöver tillhandahåller Media-Saturn i sina varuhus flertalet märken som tillhandahålls i endast mycket begränsad omfattning av Elgiganten. Som exempel kan nämnas märket Harman Kardon för hemelektronik. Detta märke tillhandahåller Elgiganten endast en produkt av (en högtalare). Av detta märke tillhandahåller Media Markt Heron City flera produkter, t.ex. olika förstärkare, biosystem och högtalare.

Vidare framgår det inte när Elgigantens undersökning och jämförelse av nämnda sju produktgrupper är gjord, dvs. om den sålunda är aktuell. Avslutningsvis verkar undersökningen vara gjord av Elgiganten självt, utan att dess riktighet intygats av någon utomstående part. Undersökningen saknar därmed bevisvärde (se exempelvis MD 1996:12).

Sammanställningen avseende mobiltelefoner och datorer med tillägg för Media Markt har samma brister som den första undersökningen och saknar därmed bevisvärde.

”Nordens bredaste sortiment” och ”Norra Europas största elektronik- och vitvarusortiment”

Påståendena kan av en konsument inte förstås på annat sätt än att Elgiganten, såvitt avser hemelektronik och vitvaror, tillhandahåller fler produktkategorier än någon annan konkurrent och det bredaste sortimentet av hemelektronik och vitvaror inom respektive produktkategori i Norden och Norra Europa. Påståendet är direkt och uteslutande relaterat till produkt-sortimentet. Det är då ovidkommande om Elgiganten eventuellt finns i fler länder i Norden eller har fler varuhus i Sverige än några av sina konkurrenter.

Av påståendet följer att ingen konsument vare sig i en Internetbutik eller i ett varuhus i Norden eller Norra Europa kan hitta ett bredare sortiment av hemelektronik och vitvaror än hos Elgiganten. Det ska även anmärkas att påståendena förekommer på fasadskyltar på varuhus tillhörande Elgiganten, eller i direkt anslutning till dessa varuhus, i olika delar av Sverige. Särskilt i dessa varuhus måste det således enligt påståendena finnas Nordens och Norra Europas största och bredaste sortiment av hemelektronik och vitvaror.



Det åligger Elgiganten att visa att det i sina Internetbutiker och i sina butiker och varuhus alltid tillhandahåller ett sortiment för hemelektronik och vitvaror som är klart större och bredare än det sortiment som Elgigantens konkurrenter tillhandahåller i Norden och Norra Europa. Elgiganten har inte lagt fram någon bevisning till stöd för påståendet att det skulle tillhandahålla det största och bredaste sortimentet av hemelektronik och vitvaror i Norden och Norra Europa.

Såsom anförts ovan är den av Elgiganten utförda undersökningen otillräcklig som stöd för ifrågavarande påståenden. Undersökningen jämför endast sju av Elgiganten egenhändigt utvalda produktgrupper, varvid renodlade Internetbutiker och Media Markt-varuhus inte beaktas överhuvudtaget. Jämförelsen som avser antalet artiklar avseende produktgrupperna som tillhandahålls i varuhus beaktar endast varuhusen i Barkarby. Någon jämförelse med Media Markt i Heron City i Kungens Kurva görs inte heller. Jämförelsen med varor som marknadsförts med direktreklam under vecka 2 år 2007 är helt ovidkommande för ett generellt påstående om att Elgiganten totalt sett tillhandahåller Nordens och Norra Europas största och bredaste sortiment. Därutöver är undersökningen odaterad, varför det inte går att klargöra om den är aktuell, samt utförd av Elgiganten självt. Dess bevisvärde är därmed ytterst begränsat.

Därutöver tillhandahåller Media-Saturn, bl.a. i sitt Media Markt-varuhus i Heron City i Kungens Kurva, ett större och bredare sortiment av hemelektronik avseende de av Elgiganten åberopade produktkategorierna, vilket framgår av revisorsintyg samt utdrag från lagerregister för Media-Saturns varuhus Media Markt i Heron City. För Elgiganten har en jämförelse gjorts mellan de av Elgiganten redovisade antalet artiklar i dess Internetbutik och varuhuset i Barkarby och det största antalet medtagits vid jämförelsen med antalet artiklar som tillhandahålls av Media Markt i Heron City.

Elgiganten anför att det inte är möjligt att likställa Media-Saturns 43 000 olika artiklar med ett stort eller brett sortiment. I reklam jämnställer emellertid Elgiganten ett stort antal olika produkter med ett brett sortiment. Detta framgår av reklamen som säger ”Hos oss får du det breda sortimentet” och i direkt anslutning härtill påstår att ”Därför fyller vi våra varuhus med drygt 5 000 produkter”. Media-Saturn tillhandahåller bl.a. genom sitt varuhus Media Markt i Heron City ett urval av i snitt 43 000 – 45 000 olika artiklar (varvid 32 834 av dessa olika artiklar direkt framgår av Media-Saturns affärsdatabas) att jämnställa med Elgigantens drygt 5 000.

## BEVISNING

Parterna har åberopat viss skriftlig bevisning.

## DOMSKÄL

### *Allmänt om vederhäftighetskravet*

Enligt 4 § MFL skall marknadsföringen stämma överens med god marknadsföringssed och även i övrigt vara tillbörlig mot konsumenter och näringsidkare. Den som i marknadsföring använder sig av ett påstående skall kunna styrka att påståendet är korrekt. Kan vederbörande inte detta skall påståendet anses ovederhäftigt och därmed otillbörligt. Det åligger därför Elgiganten att visa att de marknadsföringspåståenden som bolaget använder sig av är korrekta och vederhäftiga.

För att kunna pröva om ett påstående är korrekt och vederhäftigt måste inledningsvis dess innebörd fastställas. När det gäller reklam riktad till allmänheten utgår man normalt från en tänkt genomsnittskonsument med normal fattningsförmåga, erfarenhet och kunskap.

Genomsnittskonsumenten antas sakna närmare produktkännedom och andra fackkunskaper. Hänsyn tas till att reklam ofta läses mycket flyktigt. Utgångspunkten vid vederhäftighetsbedömningen skall därför vara det intryck som framställningen förmedlar till en genomsnittskonsument vid en flyktig kontakt.

### *De aktuella marknadsföringspåståendena*

Påståendet ”Det bredaste sortimentet av märkesvaror” har av Elgiganten använts bl.a. i direktreklam till konsumenter. Påståendena ”Nordens bredaste sortiment” och ”Norra Europas största elektronik- och vitvarusortiment” har använts bl.a. på fasadskyltar utanför Elgigantens varuhus. Elgiganten har gjort gällande att bolaget har fog för dessa påståenden.

Elgiganten har anfört att bolaget under en längre period har haft det största och bredaste sortimentet vad avser hemelektronik och vitvaror i såväl Sverige som Norden. Elgiganten har vidare anfört att bolaget, oaktat Media-Saturns etablering på den svenska marknaden, med utgångspunkt i ett marknadsperspektiv alltså har denna ställning på marknaden.

Media-Saturn har gjort gällande att Elgiganten saknar fog för samtliga påståenden.

Marknadsdomstolen gör följande bedömning.

Samtliga tre påståenden ger intryck av att konsumenter som letar efter produkter av aktuellt slag har störst utsikt att finna det man söker hos Elgiganten. Påståendet ”Det bredaste sortimentet av märkesvaror” torde kunna uppfattas som att Elgiganten har flest antal olika märkesvaror i sitt sortiment och många olika produkter av respektive märke, jämfört med konkurrenterna. Påståendet ”Nordens bredaste sortiment” torde kunna uppfattas som att Elgiganten har flest antal olika produkter, såvitt avser både antal varugrupper och antal olika produkter inom respektive varugrupp, jämfört med konkurrenterna i Norden. Påståendet ”Norra Europas största elektronik- och vitvarusortiment” torde kunna uppfattas som att Elgiganten har flest antal olika produkter inom elektronik och vitvaror, jämfört med konkurrenterna i Norra Europa.

Det ankommer på Elgiganten att styrka att det finns fog för dessa tre påståenden i enlighet med vad som sagts angående hur dessa torde kunna uppfattas av konsumenter. Vad Elgiganten anfört om marknadsperspektivet avser butiksnätets utbredning, dvs. den geografiska tillgängligheten, och inte sortimentets omfattning och sammansättning; det saknar därför betydelse för vederhäftigheten av de i målet aktuella påståendena.

Elgiganten har till styrkande av påståendena åberopat två sammanställningar av varusortimentet. Den ena sammanställningen avser sortimentet för Elgiganten och de tre konkurrenterna Siba, OnOff och Expert inom sju utvalda varugrupper. Dessa varugrupper är Flat Screens (platta TV-apparater), mobiltelefoner, kameror, laptop (bärbara datorer), tvättmaskiner, diskmaskiner och stationära datorer. Sammanställningen har avsett antal artiklar som funnits till försäljning via Internet, i varuhus eller som har marknadsförts under vecka 2 år 2007. Enligt dessa uppgifter har Elgiganten, inom de utvalda varugrupporna jämfört med tre namngivna konkurrenter, flest antal olika artiklar till salu. Endast avseende antal kameror till salu via Internet har högre siffror uppvisats för en av Elgigantens konkurrenter.

Den andra sammanställningen avser endast varusortimentet i varugrupporna mobiltelefoner och stationära datorer där uppgifterna från den första sammanställningen för Elgiganten och de tre konkurrenterna återigen har redovisats, men med tillägg även för siffror avseende Media Markt. Av den sammanställningen framgår att Elgiganten, inom dessa två varugrup-

per även i jämförelse med Media-Markt, har flest antal artiklar till salu. Dock ligger Elgiganten och Media Markt, vad gäller mobiltelefonförsäljning i butik, på en nivå nära varandra som också vida överstiger övriga konkurrenters.

Media-Saturn har å sin sida åberopat ett revisorsintyg och ett lagerregister för Media Markts varuhus i Heron City i Stockholm. En jämförelse mellan dessa uppgifter om antal artiklar i de sju varugrupperna hos Media Markt och de uppgifter som Elgiganten uppgett om bolaget visar att Media Markt, för alla varor utom de stationära datorerna, har fler artiklar till salu än Elgiganten.

Bolagens respektive undersökningar är framtagna av parterna själva och bör därför bedömas med försiktighet. Elgigantens undersökning såvitt rör Media-Saturn har endast avsett två varugrupper. Media-Saturns undersökning har omfattat samtliga sju varugrupper som Elgiganten redovisat i förhållande till tre andra konkurrenter. Enligt Marknadsdomstolens mening är Elgigantens material alltför begränsat och ofullständigt i förhållande till de generella och reservationslösa påståenden som gjorts i reklamen. Några slutsatser med avseende på hela Norden eller norra Europa synes inte kunna dras. Resultaten motsägs dessutom i viss mån av Media-Saturns undersökning. Den av Elgiganten anförda bevisningen visar sålunda inte att bolaget har störst antal olika produkter inom elektronik och vitvaror jämfört med konkurrenterna i Norden och norra Europa. Det kan därför inte anses styrkt att Elgiganten har fog för påståendena ”Nordens bredaste sortiment” och ”Norra Europas största elektronik- och vitvarusortiment”. Påståendena är således ovederhäftiga och otillbörliga enligt MFL.

Vad sedan gäller påståendet ”Det bredaste sortimentet av märkesvaror” har Media-Saturn pekat på ett antal varumärken som säljs i Media Markts varuhus, men som inte säljs hos Elgiganten samt märken som i och för sig även finns hos Elgiganten men endast i mycket begränsad omfattning. Elgiganten har inte bemött detta eller anført något om eventuella märken som Elgiganten säljer men som inte finns hos Media Markt. Skäl saknas att ifrågasätta Media-Saturns bevisning i denna del. Det saknas också i målet uppgifter om antalet olika märken och antalet olika produkter av respektive märke som finns till försäljning hos Elgiganten. De av Elgiganten åberopade sammanställningarna anger endast antal artiklar, varför det inte, i enlighet med hur påståendet torde kunna uppfattas, går att dra någon slutsats

om Elgiganten har det bredaste sortimentet av märkesvaror. Även påståendet ”Det bredaste sortimentet av märkesvaror” är därmed ovederhäftigt och otillbörligt enligt MFL.

Media-Saturns yrkande skall således bifallas i sin helhet. Förbudet bör dock få en något annorlunda utformning än vad Media-Saturn yrkat.

#### *Vite*

Enligt 19 § MFL skall ett förbud förenas med vite, om det inte av särskilda skäl är obehövt. Några sådana särskilda skäl föreligger inte i detta fall.

#### *Rättegångskostnader*

Media-Saturn har yrkat ersättning med 206 304 kr, varav 193 290 kr avser ombudsarvode. Bolaget har anfört att yrkat arvode i dess helhet avser åtgärder skäligen påkallade för tillvaratagande av Media-Saturns rätt.

Elgiganten har såsom skäligt ombudsarvode vitsordat endast 100 000 kr. Därtill har Elgiganten yrkat att Media-Saturn, oavsett målets utgång, skall svara för Elgigantens rättegångskostnader avseende nedlagt arbete inför yttrandet av den 12 januari 2007 eftersom Marknadsdomstolen den 16 januari 2007 lämnade Media-Saturns interimistiska yrkanden utan bifall. Elgiganten anser sig således i denna del som vinnande part.

Media-Saturn har anfört att Elgiganten inte är att betrakta som vinnande part i någon del. Så snart Media-Saturn kompletterat säkerheten bifölls det interimistiska yrkandet den 23 januari 2007. Därmed skall inte Media-Saturn svara för några av Elgigantens kostnader oavsett målets utgång.

Marknadsdomstolen gör följande bedömning.

Media-Saturn har vunnit helt bifall till sin talan. Vad Elgiganten anfört om fördelning av rättegångskostnader i samband med det interimistiska yrkandet är ej av beskaffenhet att medföra att huvudregeln i 18 kap. 1 § rättegångsbalken skall frångås. Elgiganten skall såle-

des fullt ut ersätta Media-Saturn för dess rättegångskostnader. Yrkat belopp får anses skäligt.

På Marknadsdomstolens vägnar

C H Fallenius

Ledamöter: Christer Fallenius, ordförande, Jörgen Holgersson, Ingrid Larén Marklund, Jonas Häckner och Anders Stenlund. Enhälligt

Sekreterare: Lovisa Eriksson