



MARKNADSDOMSTOLEN

DOM

2010:23

2010-08-26

Dnr C 32/09

Dnr C 33/09

KÄRANDE

Mål C 32/09

Safe Xrossing Sweden AB,
Skräddarbackens byväg 1, 784 54 Borlänge
Ombud: advokaten A. G.,
H. Advokatbyrå Falun AB, Box 1305,
791 13 Falun

Mål C 33/09

Safe X System Scandinavia AB,
Skräddarbackens byväg 1, 784 54 Borlänge
Ombud: advokaten A. G.,
H. Advokatbyrå Falun AB, Box 1305,
791 13 Falun

SVARANDE

Mål C 32/09 och C 33/09

1. Standard Jarlebridge Products AB,
c/o J., Box 213, 111 73 Stockholm
 2. L. J., Box 213, 111 73 Stockholm
 3. G. J., Hallonvägen 6 F, 806 35 Gävle
 4. S. J., Box 213, 111 73 Stockholm
- Ombud för 1 och 3-4: L. J.

SAKEN

Marknadsföring av varningsskyltar

Postadress
Box 2217
103 15 Stockholm

Besöksadress
Birger Jarls Torg 9

Telefon
08-412 10 30
E-postmeddelande
mail@marknadsdomstolen.se
<http://www.marknadsdomstolen.se>

Telefax
08-21 23 35

Expeditionstid
måndag – fredag
09:00 – 15:00
Lunchstängt
12.00 – 13.00

DOMSLUT

1. Marknadsdomstolen förbjuder Standard Jarlebridge Products AB och L. J. vardera vid vite av en miljon (1 000 000) kr att vid marknadsföring av automatiska varningsskyltar för övergångsställen påstå att
 - a) Standard Jarlebridge är marknadsledande,
 - b) Standard Jarlebridges produkter är överlägsna Safe Xcrossings,
 - c) Safe Xcrossings produkter är imitationer eller kopior av Standard Jarlebridges produkter,
 - d) Safe Xcrossings produkter har bristande funktion,
 - e) Safe Xcrossings produkter är livsfarliga och kan orsaka olyckor,
 - f) aktörer kan ådra sig skadeståndsskyldighet genom att köpa Safe Xcrossings produkter eller på annat sätt göra affärer och ha kontakter med Safe Xcrossing, eller göra andra påståenden med väsentligen samma innebörd, om så inte är fallet.
 2. Safe Xcrossing Sweden AB:s och Safe X System Scandinavia AB:s talan i övrigt lämnas utan bifall.
 3. Standard Jarlebridge Products AB och L. J. ska solidariskt ersätta Safe Xcrossing Sweden AB och Safe X System Scandinavia AB deras rättegångskostnader med etthundratjugotusentvåhundrafemtio (120 250) kr, varav 65 100 kr avser ombudsarvode, jämte ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker.
 4. G. J. och S. J. yrkande om ersättning för rättegångskostnader lämnas utan bifall.
-

BAKGRUND

Safe Xrossing Sweden AB och Safe X System Scandinavia AB (nedan gemensamt benämnda Safe Xrossing) tillverkar och säljer automatiska varningsskyltar för övergångsställen.

L. J. utvecklar automatiska varningsskyltar som tillverkas och säljs genom Standard Jarlebridge Products AB (Standard Jarlebridge).

Ovannämnda varningsskyltar har till syfte att genom blinkande ljus uppmärksamma bilister på att fotgängare passerar övergångsstället.

Safe Xrossing har gjort gällande att L. J., G. J. och S. J. på Standard Jarlebridges vägnar skickat ett antal e-postmeddelanden och brev till Safe Xrossings befintliga och potentiella kunder, vilka e-postmeddelanden och brev genom vissa angivna påståenden utgör vilseledande marknadsföring eller i vart fall strider mot god marknadsföringsed.

Marknadsdomstolen beslutade den 11 november 2009 att målen i enlighet med 14 kap. 2 § rättegångsbalken skulle handläggas i en och samma rättegång eftersom talan i de båda målen med undantag av kärandeparten är identiska.

Exempel på påtalad marknadsföring återfinns i domsbilaga 1-3.

YRKANDEN M.M.

Safe Xrossing har yrkat att Marknadsdomstolen vid vite om 1 000 000 kr, eller annat belopp som Marknadsdomstolen finner verkningsfullt, förbjuder Standard Jarlebridge, L. J., G. J. och S. J. eller någon annan som handlar å Standard Jarlebridges vägnar att vid marknadsföring av automatiska varningsskyltar vid övergångsställen på sätt som skett eller väsentligen likartat sätt påstå eller framhålla att

- a) Standard Jarlebridge är marknadsledande,
- b) Standard Jarlebridges produkter är överlägsna Safe Xrossings,
- c) Safe Xrossings produkter är imitationer eller kopior av Standard Jarlebridges produkter,
- d) Safe Xrossings produkter har bristande funktion,

- e) Safe Xrossings produkter är livsfarliga och kan orsaka olyckor,
- f) aktörer kan ådra sig skadeståndsskyldighet genom att köpa Safe Xrossings produkter eller på annat sätt göra affärer och ha kontakter med Safe Xrossings, samt att
- g) på annat sätt göra jämförelser mellan Safe Xrossings produkter och Standard Jarlebridges näringsverksamhet eller respektive bolags produkter som inte är rättvisande eller inte på annat sätt beskriver riktiga förhållanden.

Standard Jarlebridge, L. J., G. J. och S. J. har bestritt samtliga yrkanden.

Parterna har yrkat ersättning för rättegångskostnader.

GRUNDER

Safe Xrossing

Standard Jarlebridge har vid marknadsföring av sina produkter vänt sig till Safe Xrossings befintliga samt potentiella kunder och använt sig av felaktiga påståenden om såväl sin egen som Safe Xrossings näringsverksamhet. Standard Jarlebridge har även pekat ut Safe Xrossings produkter på ett sätt som är nedsättande och misskrediterande för Safe Xrossings verksamhet, varumärke och firma. Standard Jarlebridge har dessutom framställt Safe Xrossings produkter som imitationer eller kopior, trots att de är mönsterskyddade.

Marknadsföringen är vilseledande enligt 10 § marknadsföringslagen (2008:486), MFL, eller strider i vart fall mot god marknadsföringssed enligt 5 § MFL. Marknadsföringen är otillbörlig eftersom den påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

Standard Jarlebridge m.fl.

Varken L. J., G. J., S. J. eller någon som handlar å Standard Jarlebridges vägnar har använt sig av felaktiga eller vilseledande påståenden vad gäller deras egna eller Safe Xrossings produkter och har inte heller förfarit i strid mot god marknadsföringssed. Samtliga påståenden är i sak korrekta. Mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut har inte påverkats genom de aktuella utskicken.

Utskickerna är gjorda i rent informationssyfte och utgör inte marknadsföring. Som uppfinnare har man ett ansvar för att produkter som kommer ut på marknaden inte är livsfarliga. Safe Xrossings befintliga och potentiella kunder har genom utskicken informerats om de brister som Safe Xrossings elektroniska övergångsskyltar är behäftade med. L. J. har därmed i egenskap av uppfinnare tagit sitt ansvar.

UTVECKLING AV TALAN

Safe Xrossing

Inledning

Safe Xrossing Sweden AB är moderbolag till Safe X System Scandinavia AB och är det bolag som fungerar som säljbolag. Båda bolagen berörs direkt av den aktuella marknadsföringen. Safe Xrossings verksamhet består av utveckling, tillverkning och försäljning av automatiska varningsskyltar vid övergångsställen. Företrädare för Safe Xrossing, L. S. och C. I., kom under hösten 2005 i kontakt med L. J. genom att de svarade på en annons angående en affärsidé. Parterna träffades och skrev på ett sekretessavtal varefter L. J. föreslände L. S. och C. I. en prototyp. Prototypen var inte färdigutvecklad utan bestod i huvudsak av en tom låda. L. S. och C. I. påpekade för L. J. att prototypen inte var någon nyhet på marknaden, varför de hävde sekretessavtalet. Kontakterna mellan parterna fortsatte dock och i januari 2006 ingicks ett royaltyavtal, enligt vilket L. J. skulle ta fram komponenter till produkten. Safe Xrossing betalade ett förskott om 51 000 kr för att få dessa komponenter, vilka aldrig erhöles. Safe Xrossing fortsatte i stället att utveckla produkten på egen hand och tillverkar samt säljer nu produkten med stor framgång till bl.a. svenska kommuner. Safe Xrossing har sökt och erhållit mönsterskydd för produkten.

Den aktuella marknadsföringen

Företrädare för Standard Jarlebridge, främst L. J., har i syfte att marknadsföra sina produkter genom e-postmeddelanden och brev vänt sig till bl.a. Vägverket och ett flertal svenska kommuner med felaktiga påståenden om dels sin egen näringsverksamhet, dels Safe Xrossings näringsverksamhet samt dess produkter i syfte att få Standard Jarlebridge och dess produkter att framstå som överlägsna Safe Xrossings. Standard Jarlebridge har vidare

genom marknadsföringen misskrediterat Safe Xrossing genom att framställa Safe Xrossing som oseriöst samt genom att påstå att det inte äger rätt att sälja sina produkter.

Samtliga e-postmeddelanden och brev är att anse som marknadsföring eftersom de varit ägnade att främja avsättningen av Standard Jarlebridges produkter.

Påstående a) ”Standard Jarlebridge är marknadsledande”

Standard Jarlebridges företrädare har i e-postmeddelanden till bl.a. ett stort antal kommuner påstått att Standard Jarlebridge är överlägset marknadsledande, trots att så inte är fallet.

Påstående b) ”Standard Jarlebridges produkter är överlägsna Safe Xrossings”

Standard Jarlebridges företrädare har i e-postmeddelanden till kommuner framställt Standard Jarlebridges produkter som överlägsna Safe Xrossings, trots att så inte är fallet.

Påstående c) ”Safe Xrossings produkter är imitationer eller kopior av Standard Jarlebridges produkter”

Standard Jarlebridges företrädare har i e-postmeddelanden till ett stort antal kommuner felaktigt påstått att Safe Xrossings produkter är imitationer eller kopior av Standard Jarlebridges produkter. Safe Xrossings produkter utgör inte kopior utan Safe Xrossing har mönsterskydd på de aktuella produkterna och innehar därmed de immateriella rättigheterna till dessa.

Påståendena d och e) ”Safe Xrossings produkter har bristande funktion och är livsfarliga samt kan orsaka olyckor”

Standard Jarlebridges företrädare har i e-postmeddelanden till ett antal kommuner som köpt Safe Xrossings produkter påstått att Safe Xrossings produkter har bristande funktion och att de är livsfarliga samt att användandet av dessa kommer att leda till dödsolyckor. Standard Jarlebridge har i meddelandena även uppmanat aktören att av säkerhetsskäl omgående upphöra med användningen av Safe Xrossings produkter.

Påstående f) ”aktörer kan ådra sig skadeståndsskyldighet genom att köpa Safe Xrossings produkter eller på annat sätt göra affärer och ha kontakter med Safe Xrossing”

Standard Jarlebridges företrädare har i e-postmeddelanden till ett antal företag och kommuner som köpt Safe Xrossings produkter påstått att aktörerna genom att använda Safe Xrossings produkter gör sig skyldiga till brott mot mönsterskyddslagen. Företrädare för Standard Jarlebridge har även skickat ut kravbrev jämte fakturor till de kommuner som köpt Safe Xrossings produkter under påstående att kommunerna genom att göra affärer med Safe Xrossing ådragit sig skadeståndsskyldighet. Standard Jarlebridges företrädare har även hotat att vidta rättsliga åtgärder mot de aktörer som har gjort affärer med Safe Xrossing.

Standard Jarlebridge m.fl.

Inledning

L. J. kontaktades i november 2005 av L. S. och C. I. med anledning av en annons angående affärspartner för en mönsterskyddad produkt. Parterna träffades och skrev på ett sekretessavtal varefter L. J. presenterade en fullt färdig fungerande prototyp. I januari 2006 ingick parterna ett återförsäljaravtal enligt vilket L. S. och C. I. skulle köpa produkter av L. J. Parterna kom överens om att L. S. och C. I. skulle betala 102 000 kr till L. J. för att han skulle utveckla produkten så att den gick att sälja på marknaden. L. S. och C. I. betalade 51 000 kr till L. J., som då redan hade börjat arbeta med utveckling av produkten i enlighet med avtalet. L. J. förevisade därefter en utvecklad prototyp för L. S. och C. I., vilka framförde krav på ytterligare ändringar. Då L. S. och C. I. inte ville betala för av L. J. utfört arbete samt för de ändringar som enligt deras önskemål skulle genomföras, hävde L. J. återförsäljaravtalet. L. S. och C. I. har därefter utvecklat och sålt produkten själva vilket är ett brott mot såväl det sekretessavtal som återförsäljaravtal som ingicks mellan parterna 2005 respektive 2006.

Den påstådda marknadsföringen

Med undantag av ett e-postmeddelande från den 5 oktober 2009 utgör de aktuella e-postmeddelandena och brevutskicken inte marknadsföring utan information i form av varningar, eftersom Safe Xrossings produkter inte är säkra.

Påstående a) ”Standard Jarlebridge är marknadsledande”

Påståendet är korrekt. Standard Jarlebridge hade per den 3 september 2009 flest antal säkra skyltar på marknaden, över 100 stycken.

Påstående b) ”Standard Jarlebridges produkter är överlägsna Safe Xrossings”

Påståendet är korrekt. För att produkten ska vara säker måste den vara utrustad med dubbla sensorer, vilket Standard Jarlebridges produkter till skillnad från Safe Xrossings är.

Påstående c) ”Safe Xrossings produkter är imitationer eller kopior av Standard Jarlebridges produkter”

Påståendet är korrekt. Safe Xrossing har utvecklat och marknadsfört kopior av Standard Jarlebridges produkt. L. S. och C. I. är bundna av det sekretessavtal som parterna ingick 2005 enligt vilket alla förbättringar av produkten tillkommer L. J.

Påståendena d och e) ”Safe Xrossings produkter har bristande funktion och är livsfarliga samt kan orsaka olyckor”

Påståendena är korrekta eftersom Safe Xrossings produkter endast är försedda med en sensor, vilket innebär en ökad risk för olyckor och att produkterna därmed är livsfarliga.

Påstående f) ”aktörer kan ådra sig skadeståndsskyldighet genom att köpa Safe Xrossings produkter eller på annat sätt göra affärer och ha kontakter med Safe Xrossing”

Eftersom Safe Xrossings skyltar har satts upp utan Standard Jarlebridges tillstånd ansåg L. J. att Standard Jarlebridge hade rätt till ersättning. Jurister inom de berörda kommunerna har dock uppmärksammat L. J. på att någon sådan ersättning inte går att få.

BEVISNING

Safe Xrossing har som skriftlig bevisning åberopat e-postmeddelanden och brev samt fakturor, ställda till bl.a. kommuner (se exempel, domsbilaga 1-3).

Standard Jarlebridge, L. J., G. J. och S. J. har åberopat ett av e-postmeddelandena ställt till kommuner (domsbilaga 1), ett yttrande från Falu tingsrätt, utskrift från Standard Jarlebridges webbplats samt ifrågavarande sekretessavtal.

Syn har hållits på aktuella varningsskyltar.

DOMSKÄL

Målen rör ett antal påståenden som har förekommit i e-postmeddelanden och brev vilka skickats till Safe Xrossings befintliga och potentiella kunder. E-postmeddelandena och breven innehåller bl.a. påståenden om att Standard Jarlebridge är marknadsledande, att dess produkter är överlägsna Safe Xrossings, att Safe Xrossings produkter utgör imitationer eller kopior av Standard Jarlebridges produkter, att Safe Xrossings produkter har bristande funktion, är livsfarliga och kan orsaka olyckor samt att aktörer kan ådra sig skadeståndsskyldighet genom att köpa Safe Xrossings produkter eller på annat sätt göra affärer och ha kontakter med Safe Xrossing.

Enligt Safe Xrossing är såväl Standard Jarlebridge som L. J., G. J. och S. J. ansvariga för e-postmeddelandena och breven.

Safe Xrossing har gjort gällande att påståendena i e-postmeddelandena och breven utgör vilseledande marknadsföring enligt 10 § marknadsföringslagen (2008:486), MFL, eller i vart fall strider mot god marknadsföringssed enligt 5 § MFL samt att marknadsföringen är otillbörlig eftersom den påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

Standard Jarlebridge, L. J., G. J. och S. J. har bestritt Safe Xrossings talan och anfört att e-postmeddelandena och breven, med ett undantag, inte utgör marknadsföring samt att varken L. J., G. J., S. J. eller någon som handlar på Standard Jarlebridges vägnar har använt sig av felaktiga eller vilseledande påståenden.

Marknadsföringslagens tillämplighet

En förutsättning för att MFL ska vara tillämplig är att e-postmeddelandena och breven utgör marknadsföring i lagens mening.

Enligt 3 § MFL avses med begreppet marknadsföring reklam och andra åtgärder i näringsverksamhet som är ägnade att främja avsättningen av och tillgången till produkter inbegripet en näringsidkares handlande, underlåtenhet eller någon annan åtgärd eller beteende i övrigt före, under eller efter försäljning eller leverans av produkter till konsumenter eller näringsidkare.

Det är i målen ostridigt att de aktuella e-postmeddelandena och breven har skickats till Safe Xrossings befintliga och potentiella kunder. Innehållet i e-postmeddelandena och breven är enligt Marknadsdomstolens mening sådant att syftet med dessa får anses vara att främja avsättningen av Standard Jarlebridges egen produkt. De har sålunda ett kommersiellt syfte och kommersiella förhållanden till föremål varför de får anses utgöra marknadsföring och påståendena kan därför prövas enligt MFL.

Marknadsdomstolen har, som framgår av tidigare avgöranden (se bl.a. MD 1988:6 och 1994:25), intagit den ståndpunkten att den marknadsrättsliga bedömningen sker fristående från immaterialrättsliga överväganden. Domstolen prövar således endast frågan huruvida de aktuella e-postmeddelandena och breven utgör marknadsföringsåtgärder som är otillbörliga enligt MFL.

Vilseledande marknadsföring och god marknadsföringssed

Enligt 10 § MFL får en näringsidkare vid marknadsföring inte använda sig av felaktiga påståenden eller andra framställningar som är vilseledande i fråga om näringsidkarens egen eller någon annans näringsverksamhet. Enligt 8 § MFL är marknadsföring som är vilseledande enligt bl.a. 10 § att anse som otillbörlig om den påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

Marknadsföring ska stämma överens med god marknadsföringssed enligt 5 § MFL. Av 6 § MFL följer att marknadsföring som strider mot god marknadsföringssed enligt 5 § är att anse som otillbörlig om den i märkbar mån påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

Av nämnda stadganden följer att all marknadsföring ska vara vederhäftig. En näringsidkare som i sin marknadsföring använder sig av ett visst påstående ska kunna styrka att påståendet är riktigt. Om näringsidkaren inte kan det ska påståendet anses ovederhäftigt.

Marknadsdomstolens bedömning

I enlighet med vad som ovan anförts har Standard Jarlebridge att visa att påståendena som bolaget har använt i sin marknadsföring är korrekta och vederhäftiga.

Påståendena har följande lydelse.

Påstående a) ”Standard Jarlebridge är marknadsledande”

Påstående b) ”Standard Jarlebridges produkter är överlägsna Safe Xrossings”

Påstående c) ”Safe Xrossings produkter är imitationer eller kopior av Standard Jarlebridges produkter”

Påstående d och e) ”Safe Xrossings produkter har bristande funktion och är livsfarliga samt kan orsaka olyckor” samt

Påstående f) ”aktörer kan ådra sig skadeståndsskyldighet genom att köpa Safe Xrossings produkter eller på annat sätt göra affärer och ha kontakter med Safe Xrossing”

Marknadsdomstolen konstaterar att påståendena är generella och långtgående, vissa med starkt negativ innebörd om Safe Xrossings produkters egenskaper och kvalitet samt om Safe Xrossings rätt att marknadsföra aktuella produkter. Vidare används påståenden med positiv innebörd om Standard Jarlebridges ställning på marknaden.

Standard Jarlebridge och L. J. – för egen del och såsom ombud för bolaget och för G. J. och S. J. – har velat visa riktigheten i påståendena i huvudsak genom L. J. egna uppgifter. Den bevisning som åberopats har bestått av ett e-postmeddelande (domsbilaga 1), utskrift från den egna webbplatsen, ett yttrande till Falu tingsrätt samt aktuellt sekretessavtal.

För att reklampåståenden om faktiska förhållanden, t.ex. produkters kvalitet och egenskaper, ska anses uppfylla MFL:s krav på vederhäftighet fordras allmänt sett att de stöds av tillförlitlig dokumentation. Testresultat kan normalt inte tillmätas betydelse som underlag om inte testet utförts av ett fristående, objektivi organ. Undersökningar som framtagits av den marknadsförande näringsidkaren själv måste i alla händelser bedömas med försiktighet (jfr MD 1996:12 och 2007:30).

Enligt Marknadsdomstolens mening kan sålunda varken L. J. egna uppgifter eller den åberopade bevisningen anses tillräcklig som bevisning för att påståendena är riktiga. I frågan om hur varningsskyltar med enkla i jämförelse med dubbla sensorer ska bedömas från trafiksäkerhetssynpunkt saknas underlag utöver vad L. J. själv framfört vid synen på dessa. Inte heller i den delen är det således visat att påståendena varit berättigade. Påståendena c)–f) är dessutom nedsättande och misskrediterande för Safe Xrossing. Påståendena står därför i strid mot 5 § MFL och är vilseledande och ovederhäftiga enligt 10 § MFL. Samtliga påståenden måste anses vara av sådan art att de i märkbar mån sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut, varför marknadsföringen är otillbörlig enligt 6 och 8 §§ MFL. Safe Xrossings talan mot Standard Jarlebridge ska därför bifallas.

Safe Xrossings talan riktar sig också mot L. J., G. J. och S. J. personligen samt mot någon annan som handlar på Standard Jarlebridges vägnar.

Enligt 23 § andra stycket MFL kan ett förbud meddelas – förutom näringsidkaren – en anställd hos näringsidkaren, någon annan som handlar på näringsidkarens vägnar och var och en som i övrigt väsentligt har bidragit till marknadsföringen.

I målet har framkommit att L. J. har spelat en central roll i marknadsföringen genom att han, tillsammans med Standard Jarlebridge, svarat för utformningen av e-postmeddelandena och breven. L. J. kan därigenom anses ha väsentligt bidragit till marknadsföringen. Ett förbud ska därför omfatta även honom.

G. J. namn förekommer på brev (fakturor) till bl.a. vissa kommuner. Breven har rubriken ”Skadeståndsfaktura/Mönsterskyddsintrång” Breven har dock undertecknats av L. J. i egenkap av ombud (se domsbilaga 3). Att hon på något annat sätt skulle ha medverkat i mark-

nadsföringen framgår inte. Endast den omständigheten att hennes namn förekommer på några brev kan i detta fall enligt Marknadsdomstolens mening inte anses visa att G. J. handlat på Standard Jarlebridges vägnar eller väsentligt bidragit till marknadsföringen på ett sätt som kan föranleda ansvar enligt MFL.

S. J. är styrelsesuppleant i Standard Jarlebridge men har inte – såvitt visats – på något aktivt sätt medverkat i marknadsföringen. Marknadsdomstolen gör därför i hennes fall samma bedömning som gjorts i fråga om G. J. ansvar.

Talan såvitt den därjämte riktar sig mot ”någon annan som handlar på Standard Jarlebridges vägnar”, slutligen, anger inte någon bestämd person och kan därför lagligen inte bifallas.

Sammanfattningsvis ska således Safe Xrossings talan mot Standard Jarlebridge och L. J. bifallas och i övrigt ogillas. Förbudet bör dock begränsas och få den utformning som framgår av domslutet.

Vite

Enligt 26 § MFL ska ett förbud förenas med vite, om det inte av särskilda skäl är obehövligt. Sådana särskilda skäl föreligger inte i målet. Det föreligger inte heller skäl att frångå gällande praxis beträffande vitesbeloppets storlek. Förbudet ska därför förenas med vite om 1 000 000 kr.


Rättegångskostnader

Safe Xrossing, å ena sidan, och Standard Jarlebridge och L. J., för egen del och som ombud för bolaget och för G. J. och S. J., å andra sidan, har yrkat ersättning för rättegångskostnader. Talan mot G. J. och S. J. har ogillats och de är därför i princip berättigade att få ersättning för rättegångskostnader, i den mån sådana förekommit och är skäligen. Marknadsdomstolen har i ansvarsdelen konstaterat att det varit L. J. som vid sidan om Standard Jarlebridge varit ansvarig för marknadsföringen. Kostnaderna enligt den av L. J. ingivna kostnadsräkningen,

24 561 kr, får därför anses vara hänförliga till bolaget och L J personligen. Uppgift saknas om huruvida G J och S J haft någon ersättningsgill kostnad. Någon ersättning med anledning av den ogillade talan mot dessa två ska därför inte utgå.

Standard Jarlebridge och L J är skyldiga att solidariskt ersätta Safe Xrossing dess rättegångskostnader. Safe Xrossing har yrkat ersättning för rättegångskostnader med 143 500 kr varav 65 100 kr avser ombudsarvode och 62 000 kr avser eget arbete. Standard Jarlebridge och L J har bestritt Safe Xrossings yrkande om ersättning. I fråga om ersättningen för eget arbete får Safe Xrossing anses skäligen tillgodosett med 38 750 kr, motsvarande femtio timmars arbete à 775 kr/tim. De yrkade beloppen i övrigt är skäliga.

På Marknadsdomstolens vägnar


C H Fallenius

Ledamöter: Christer Fallenius, ordförande, Lars Borg, Jonas Häckner och Anders Stenlund.

Enhälligt

Sekreterare: Sofia Blomgren