



MARKNADSDOMSTOLEN

DOM

2012:6

2012-06-13

Dnr C 1/12

KÄRANDE

Care of Sweden AB, Box 158,
512 24 Svenljunga
Ombud: advokaterna M. B. och C. B.,
G. W. Advokatbyrå, Stora Kyrkogatan 4,
503 31 Borås

SVARANDE

Högsby Plast Aktiebolag,
Box 50, 570 80 Virserum

SAKEN

Marknadsföring av s.k. vårdmadrasser

DOMSLUT

1. Marknadsdomstolen förbjuder Högsby Plast Aktiebolag vid vite av en miljon (1 000 000) kr att i sin marknadsföring av vårdmadrasser använda sig av följande påståenden eller andra påståenden med väsentligen samma innebörd:

- a) "Versatil är utvecklad för att användas i vårdmiljöer när det gäller smärtlindring, trycksårspåbyggande och som behandling mot trycksår."
- b) "Rekommenderas till kategorierna 1–2."
- c) "Rekommenderas som behandling mot trycksår ända upp till kategori 2."

Postadress
Box 2217
103 15 Stockholm

Besöksadress
Birger Jarls Torg 9

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

Telefax
08-21 23 35

Expeditionstid
måndag – fredag
09:00 – 15:00
Lunchstängt
12:00 – 13:00

- d) ”Tillverkas av kvalitetstestade material och uppfyller de krav vården ställer.”
- e) ”Slagkraftig tryckutjämning som ger god bekvämlighet.”
- f) ”Vi har under åren utvecklat och marknadsfört madrasser som inte enbart lämpar sig för vård på sjukhem/sjukhus utan även madrasser som lämpar sig för vård i hemmiljö.”
- g) ”På senare år har behovet av trycksårspåbyggande madrasser ökat drastiskt. Vi på HP Care har genom gedigen produktutveckling tagit fram madrasser som hjälper brukaren att inte enbart minska uppkomsten av trycksår utan även lindra redan etablerade trycksår.”
- h) ”Våra madrasser fördelar brukarens vikt jämnt över madrassytan och gör att kroppen lätt hittar sitt optimala viloläge. I detta sortiment finner du några av våra mest populära madrasser. Vill man ha en madrass där kraven på trycksårspåbyggande är höga, är en madrass från HP Care ett klokt val!”
- i) ”Efter många års arbete med att ständigt söka och identifiera kunder/brukares behov är vårt mål att erbjuda växeltrycksmadrasser som håller det de lovar.”
- j) ”Våra produkter är testade på marknaden och har erhållit mycket goda resultat. Idag har HP Care ett brett sortiment av produkter till sjukvården.”

2. Högsby Plast Aktieföretag ska ersätta Care of Sweden AB dess rättegångskostnader med 57 088 kr, avseende ombudsarvode, jämte ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker.

BAKGRUND

- 1 Care of Sweden AB (Care of Sweden) utvecklar och säljer produkter för vården och är specialiserat på madrasser med vissa egenskaper och funktioner. Högsby Plast Aktiebolag (Högsby Plast) ska enligt bolagets verksamhetsbeskrivning driva bl.a. tillverkning och försäljning av skumplastartiklar. Högsby Plast innehar sedan oktober 2011 den registrerade bifirman HP Care, som enligt verksamhetsbeskrivningen gäller den del av verksamheten som avser att användas för att lansera nya produkter till kommuner och landsting såsom bäddmadrasser.

YRKANDEN M.M.

- 2 Care of Sweden har yrkat att Marknadsdomstolen vid vite om 500 000 kr – eller annat belopp som domstolen finner verkningsfullt – ska förbjuda Högsby Plast Aktiebolag (Högsby Plast) att i sin marknadsföring av madrasser med tillbehör använda sig av följande påståenden eller andra påståenden av väsentligen samma innebörd.
 - a) ”Versatil är utvecklad för att användas i vårdmiljöer när det gäller smärtlindring, trycksårspåbyggande och som behandling mot trycksår.”
 - b) ”Rekommenderas till kategorierna 1–2.”
 - c) ”Rekommenderas som behandling mot trycksår ända upp till kategori 2.”
 - d) ”Tillverkas av kvalitetstestade material och uppfyller de krav vården ställer.”
 - e) ”Slagkraftig tryckutjämning som ger god bekvämlighet.”
 - f) ”Vi har under åren utvecklat och marknadsfört madrasser som inte enbart lämpar sig för vård på sjukhem/sjukhus utan även madrasser som lämpar sig för vård i hemmiljö.”
 - g) ”På senare år har behovet av trycksårspåbyggande madrasser ökat drastiskt. Vi på HP Care har genom gedigen produktutveckling tagit fram madrasser som hjälper brukaren att inte enbart minska uppkomsten av trycksår utan även lindra redan etablerade trycksår.”
 - h) ”Våra madrasser fördelar brukarens vikt jämnt över madrassytan och gör att kroppen lätt hittar sitt optimala viloläge. I detta sortiment finner du några av våra mest populära

madrasser. Vill man ha en madrass där kraven på trycksårspåbyggande är höga, är en madrass från HP Care ett klokt val!”

i) ”Efter många års arbete med att ständigt söka och identifiera kunder/brukares behov är vårt mål att erbjuda växeltrycksmadrasser som håller det de lovar.”

j) ”Vår[a] produkter är testade på marknaden och har erhållit mycket goda resultat. Idag har HP Care ett brett sortiment av produkter till sjukvården.”

3 Högsby Plast har medgett käromålet och har inte närmare utvecklat sin talan i målet.

4 Care of Sweden har yrkat ersättning för rättegångskostnader med 114 175 kr.

5 Högsby Plast har medgett hälften av det yrkade beloppet.

CARE OF SWEDENS GRUNDER M.M.

6 De i målet aktuella påståendena har förekommit i produktkatalog, produktblad respektive på Högsby Plasts webbplats.

7 Påståendena a) – g) och j) är felaktiga och därmed vilseledande såvitt avser omfattningen av Högsby Plasts verksamhet, företagets erfarenhet och kunskap samt produkternas beskrivna egenskaper och kvalifikationer. De aktuella påståendena påverkar, i vart fall sannolikt, en genomsnittlig mottagares förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

8 Såvitt avser påståendena h) och i) görs i första hand gällande att de innebär en otillåten, i vart fall indirekt, jämförelse med andra madrasser, som är vilseledande och misskrediterande i förhållande till andra madrasstillverkare. Innebörden av påståendena är att Högsby Plasts madrasser är bättre än konkurrenternas madrasser, att konkurrenternas madrasser inte håller vad de påstår och att konkurrenternas krav på sina respektive madrasser inte är lika högt ställda som hos Högsby Plast. – I andra hand görs gällande att de nu aktuella påståendena är felaktiga och därmed vilseledande samt påverkar – i vart fall sannolikt – mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

9 Care of Sweden har, i de delar bolaget gjort gällande Högsby Plasts marknadsföring varit vilseledande, åberopat 5 och 10 §§ samt 6 respektive 8 §§ marknadsföringslagen

(2008:486), MFL. I de delar Care of Sweden gjort gällande att Högsby Plasts påståenden utgör otillåten jämförande reklam har 18 § MFL åberopats.

CARE OF SWEDENS UTVECKLING AV TALAN

- 10 De aktuella påståendena ingår som delar i marknadsföringen av vårdmadrasser med tillbehör. Desamma återfinns bl.a. i Högsby Plasts produktkatalog, i produktblad och på Högsby Plasts webbplats, vilka det i målet getts in kopior av. Vidare används påståendena av Högsby Plast vid dess marknadsföring av madrasser med tillbehör i övrigt, exempelvis i upphandlingen av omvårdnadshjälpmedel med vissa kommuner.
- 11 De aktuella påståendena ger intrycket av dels att Högsby Plasts madrasser med tillbehör är av hög kvalitet, dels att de varit föremål för tester, utveckling och rekommendationer samt dels att de uppfyller de krav som vården ställer på produkter av ifrågavarande slag. Vidare ger påståendena intrycket av att Högsby Plast är ett företag med gedigen erfarenhet inom tillverkning av vårdmadrasser och att bolaget under, i vart fall ett antal år, tillverkat och utvecklat madrasser som lämpar sig för vård.
- 12 Care of Sweden ifrågasätter starkt riktigheten av de ovan nämnda påståendena och deras innebörd med hänsyn till dels Care of Swedens egen erfarenhet och kunskap vad gäller madrasser med tillbehör, dels till den begränsade tid Högsby Plast verkat på den aktuella marknaden.
- 13 Care of Sweden hörde talas om Högsby Plast och varumärket HP Care först under 2011. Att Högsby Plast under den relativt korta tid bolaget verkat på marknaden, enligt Högsby Plasts egen utsago sedan år 2009–2010, skulle haft möjlighet att identifiera och kontrollera de egenskaper som tillskrivs madrasserna i påståendena framstår som osannolikt. Vidare har Högsby Plast inte kunnat redogöra för vilka tester som utförts eller resultatet av desamma samt vem som rekommenderat produkterna ifråga. Att Högsby Plast under den relativt korta tid bolaget verkat på den aktuella marknaden skulle haft möjlighet att självständigt utforma sin marknadsföring och därtill ha verifierat densamma genom exempelvis tester framstår som osannolikt. Flera av de uppgifter som Högsby Plast använder sig av i sina påståenden har tagit Care of Sweden flera år att verifiera.
- 14 Högsby Plast påstår vidare att madrasserna uppfyller de krav som vården ställer på produkter av ifrågavarande slag. Såvitt Care of Sweden känner till finns det dock inga

sådana generella krav för vården, utan kraven på produkttegenskaper skiljer sig från kund till kund. Syftet med påståendet torde vara att få en presumtiv kund att tro att aktuell produkt uppfyller samtliga de krav som vården kan komma att ställa.

- 15 Marknadsföring av vårdmadrasser riktar sig främst till upphandlande enheter inom vård och omsorg i t.ex. kommuner. Den påtalade marknadsföringen innehåller flera termer som inom målgruppen har en specifik innebörd. Respektive anbudsgivares information om den egna produkten har stor betydelse vid upphandlingsbeslutet och är avgörande vid valet av leverantör. Oavsett om de personer som beslutar om upphandlingen hos exempelvis kommuner besitter viss sakkunskap om vårdmadrasser eller inte är de aktuella påståendena inriktade på produktfakta på ett sätt som medför att de påverkar, i vart fall sannolikt, mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.
- 16 Beträffande påståendena under h) och i) innebär dessa en i vart fall indirekt jämförelse med madrasser tillverkade av andra leverantörer, som är vilseledande och misskrediterande på sätt som beskrivits ovan (se Care of Swedens angivna grunder). Sammantaget leder dessa påståenden till att en presumtiv kund invaggas i tron att Högsby Plasts madrasser är bättre än övriga madrasser på marknaden. För det fall de nu aktuella påståendena inte skulle anses utgöra en otillåten jämförelse enligt 18 § MFL är dessa i vart fall otillåtna enligt 5 och 10 §§ samt 6 respektive 8 §§ MFL.

BEVISNING

- 17 Care of Sweden har åberopat viss skriftlig bevisning.

DOMSKÄL

- 18 Care of Sweden har hävdats att Högsby Plast gjort vissa påståenden angående sina produkter, s.k. vårdmadrasser, och bolagets egen verksamhet m.m. som är vilseledande och innebär en otillåten jämförelse med konkurrenter och dessas produkter.
- 19 Högsby Plast har medgett Care of Swedens talan. Med hänsyn till målets indispositiva karaktär kan Marknadsdomstolen dock inte lägga medgivandet ensamt till grund för avgörandet. Domstolen har i stället att, utifrån vad handlingarna i målet innehåller, göra en självständig prövning av om den aktuella marknadsföringen är otillåten enligt marknadsföringslagen (2008:486), MFL.

Allmänt om Marknadsdomstolens utgångspunkter vid prövningen i förevarande mål

- 20 Enligt 5 § MFL ska marknadsföring stämma överens med god marknadsföringssed. Enligt 6 § samma lag är marknadsföring som strider mot nyssnämnda bestämmelse att anse som otillbörlig om den i märkbar mån påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.
- 21 Enligt 10 § MFL får en näringsidkare vid marknadsföring inte använda sig av felaktiga påståenden eller andra framställningar som är vilseledande i fråga om sin egen eller någon annans näringsverksamhet. Enligt 8 § MFL är marknadsföring som är vilseledande enligt bl.a. 10 § MFL att anse som otillbörlig om den påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.
- 22 Enligt 18 § MFL får en näringsidkare i jämförande reklam direkt eller indirekt peka ut en annan näringsidkare eller dennes produkter bara under vissa förutsättningar. Bl.a. får jämförelsen inte vara vilseledande eller misskrediterande för annan näringsidkares verksamhet m.m.
- 23 Av de ovan nämnda bestämmelserna följer bl.a. att all marknadsföring ska vara vederhäftig. En näringsidkare som använder sig av ett visst påstående ska vidare kunna styrka påståendets riktighet i enlighet med den s.k. omvända bevisbörda som då gäller. Om näringsidkaren inte kan det ska påståendet anses vara vilseledande.
- 24 Av förarbetena till MFL framgår att olika former av vilseledande som huvudregel ska hanteras inom ramen för de specifika bestämmelser härom som finns i MFL och inte med en tillämpning av den s.k. generalklausulen i 5 § om god marknadsföringssed (se prop. 2007/08:115 s. 69).

Marknadsdomstolens bedömning av påståendena a) – g) och j)

- 25 Marknadsdomstolen finner att de nu aktuella påståendena i allt väsentligt utgör konkreta uttalanden om dels ifrågavarande produkters egenskaper och kvalifikationer, dels Högsby Plasts verksamhet, erfarenhet och kunskap på området.
- 26 Eftersom Högsby Plast inte styrkt riktigheten av sina påståenden ska dessa anses vara vilseledande i enlighet med 10 § MFL. De vilseledande uppgifterna är sådana att de sanno-

likt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut enligt 8 § MFL. Care of Swedens talan ska därför bifallas i denna del. Vid denna utgång saknas anledning att pröva marknadsföringens tillåtlighet mot 5 och 6 §§ MFL.

Marknadsdomstolens bedömning av påståendena h) och i)

- 27 Care of Sweden har i denna del i första hand gjort gällande att ett i vart fall indirekt utpekande av konkurrenter skulle föreligga genom de nu aktuella påståendena, som är vilseledande och misskrediterande, och att påståendena därmed skulle vara otillåtna enligt 18 § MFL. I andra hand har Care of Sweden gjort gällande att påståendena är vilseledande och strider mot 5 och 10 §§ MFL.
- 28 Marknadsdomstolen kan här konstatera att påståendena inte innebär ett direkt utpekande av någon konkurrent. Inte heller kan påståendena anses vara jämförande till sin karaktär på ett sätt som gör dem ägnade att för en utomstående betraktare uppfattas så att de innehåller ett indirekt utpekande, som skulle kunna aktualisera en tillämpning av 18 § MFL. Och Care of Sweden har för övrigt inte närmare utvecklat varför påståendena skulle förstås på detta sätt. Yrkandena kan på grund härav inte bifallas på denna grund.
- 29 Vid prövningen av Care of Sweden andrahandsgrund angående vilseledande gör Marknadsdomstolen samma bedömning som ovan beträffande påståendena a) – g) och j). Följaktligen finner Marknadsdomstolen att även de nu aktuella påståendena är vilseledande och otillbörliga enligt 10 och 8 §§ MFL, varför Care of Swedens talan också i denna del ska bifallas. Vid denna utgång saknas anledning att pröva marknadsföringens tillåtlighet mot 5 och 6 §§ MFL.

Vite

- 30 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 finns inte heller skäl att frångå rådande praxis beträffande vitesbeloppets storlek.

Rättegångskostnader

- 31 Care of Sweden har yrkat ersättning för rättegångskostnader med 114 175 kr. Högsby Plast har medgett att betala hälften av det yrkade beloppet och har därvid anfört att bolaget vid-

tagit rättelse och att det yrkade beloppet inte står i proportion till målets omfattning. Care of Sweden har häremot genmält i huvudsak att skriftväxling ägde rum mellan parterna innan talan väcktes i Marknadsdomstolen och att Högsby Plast då vidhöll riktigheten av sina påståenden.

- 32 Till stöd för sitt rättegångskostnadsyrkande har Care of Sweden gett in den skriftväxling som förevarit mellan parterna innan rättegången i Marknadsdomstolen inleddes och en specifikation över utfört arbete av Care of Swedens ombud i målet. Av denna specifikation framgår bl.a. att viss utredning företagits såvitt avser upphovsrättsliga frågor.
- 33 Marknadsdomstolen konstaterar att Care of Swedens förstahandsgrund såvitt avser yrkande h) och i) – angående otillåten jämförande reklam – har ogillats samt att vissa av de utredningsåtgärder som företagits innan målets anhängiggörande i Marknadsdomstolen enligt specifikationen över utfört arbete har varit inriktade på frågor utan relevans för den marknadsrättsliga bedömningen enligt MFL. Mot denna bakgrund och med beaktande av målets karaktär och omfattning får Care of Sweden anses vara skäligen tillgodosett med det av Högsby Plast medgivna beloppet, dvs. 57 088 kr.

På Marknadsdomstolens vägnar



Per Carlson

Ledamöter: Per Carlson, ordförande, Per Eklund, Magnus Ulriksson och Anders Stenlund.

Enhälligt

Sekreterare: Mikael Pauli