



MARKNADSDOMSTOLEN

DOM

2014:10

2014-10-30

Mål nr C 18/14

## KÄRANDE

Taxi Göteborg Ekonomisk Förening,  
757200-4351,  
Box 8803, 402 71 Göteborg  
Ombud: advokat O. J.,  
Advokatfirman Vinge KB,  
Box 11025, 404 21 Göteborg

## SVARANDE

N. A. med enskild firma Euro  
Göteborg Taxi,  
Pimpinellgatan 49, 424 61 Angered  
Ombud: jur.kand. J. S.,  
Advokatfirman Åberg i Göteborg AB,  
Kungsporsavenyn 32, 411 36 Göteborg

## SAKEN

Marknadsföring av taxitjänster

---

## DOMSLUT

1. Marknadsdomstolen förbjuder N. A. med enskild firma Euro Göteborg Taxi vid vite av en miljon (1 000 000) kr att vid marknadsföring av taxitjänster använda de kännetecken som framgår av *domsbilaga 1* bestående av orden ”Taxi Göteborg” och en gulsvart dekorränd, eller väsentligen samma kännetecken.

2. N. A. med enskild firma Euro Göteborg Taxi ska ersätta Taxi Göteborg Ekonomisk Förening dess rättegångskostnad med trettiofemtusen (35 000) kr avseende ombudsarvode, jämte ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker.

**YRKANDEN M.M.**

- 1 Taxi Göteborg Ekonomisk Förening (Taxi Göteborg) har yrkat att Marknadsdomstolen ska förbjuda N. A. med enskild firma Euro Göteborg Taxi (N. A.) vid vite av en miljon (1 000 000) kr att vid marknadsföring av taxitjänster använda de påtalade kännetecken enligt *domsbilaga 1*, eller väsentligen samma kännetecken som är förväxlingsbara med Taxi Göteborgs kännetecken.
- 2 N. A. har, som han slutligen har angett sin inställning, medgett Taxi Göteborgs yrkanden.
- 3 Parterna har yrkat ersättning för sina rättegångskostnader.

**GRUNDER OCH UTVECKLING AV TALAN**Taxi Göteborg*Taxi Göteborgs verksamhet*

- 4 Taxi Göteborg har sedan 1922 bedrivit taxiverksamhet i Göteborg med omnejd. Taxi Göteborgs verksamhet drivs med modern teknik och effektiva system, t.ex. genom digital telefonväxel och GPS-baserat trafikledningssystem. Samtliga fordon är utrustade med alkolås och övervakningskamera. Med ledorden tillgänglighet, pålitlighet och professionalism står Taxi Göteborg varje dag till tjänst för företag, samhälle och privatpersoner.
- 5 Taxi Göteborg är Västsveriges största taxibolag och verkar huvudsakligen i Göteborg, Lerum, Kungälv Alingsås och Tredstadsområdet. Föreningen har idag ca 160 medlemmar, ca 1 100 förare och förfogar över ca 430 fordon. Omsättningen uppgick 2013 till 490 000 000 kr. Taxi Göteborg utför dagligen ca 5 000 taxiresor.
- 6 Taxi Göteborgs medlemmars fordon är vita och har en dekor anbringad bl.a. på dörrarna bestående av en gul rektangel innehållande ordet "Taxi" (väsentligen svart text i gemener på gul bakgrund) och ordet "GÖTEBORG" (gul text i versaler på svart bakgrund), en gulsvart dekorrand längs sidorna, svart text längst ner på sidorna

lydande "MILJÖFORDON" (i versaler), fordonets interna nummer anbringat på fordonets framskärmar och baklucka samt en gul takskylt, se *domsbilaga 2*.

- 7 Taxi Göteborg har registrerat ovan beskriven rektangel och dekorrand som svenska figurvarumärken i såväl svartvitt som i svart och gult.
- 8 Taxi Göteborg har konsekvent sedan 1922 använt "TAXI GÖTEBORG" som beteckning för föreningen och dess taxitjänster. "TAXI GÖTEBORG" som ordmärke, firma och figurmärke i bl.a. ovan beskrivna utföranden är mycket inarbetat och välkänt i Göteborgsområdet med omnejd som beteckning för föreningen samt föreningens och dess medlemmars taxitjänster vilket framgår av marknadsundersökning från 1997. Sedan marknadsundersökningen företogs har Taxi Göteborgs årliga omsättning ökat med 70 procent. Taxi Göteborgs marknadsandel har därför sannolikt ökat och inte minskat, varför undersökningen alltså är aktuell.
- 9 Taxi Göteborg marknadsför sig aktivt och spenderar 1 600 000 kr varje år på marknadsföring. Taxi Göteborg är vidare den mest välkända taxiverksamheten i Göteborg med omnejd. I en marknadsundersökning från 2010, som riktades till invånare i Göteborgs stad, ställdes frågan "Vilket företag är det första du tänker på när jag säger ordet taxi?". Av intervjupersonerna svarade 69 procent att de först tänker på Taxi Göteborg.
- 10 Sedan avregleringen av Sveriges taximarknad 1990 förekommer ett varierande utbud av organiserade eller oorganiserade taxiåkare med olika priser, varierande service och skiftande kvalitet. Taxi Göteborg uppställer i avtal med sina medlemmar bl.a. krav på att dessa ska ha licensierade förare, ha enhetliga taxor och välservade fordon av vissa modeller med enhetlig färg och dekor samt utrustning. Det ställs vidare krav på att Taxi Göteborgs taxitjänster ska utföras av välutbildad personal och med sådan trovärdighet, service och behandling av kunderna som leder till återkommande köp. Samtliga fordon är vita.
- 11 Taxi Göteborg har, bl.a. genom sin långvariga verksamhet, sina satsningar på modern teknik, förarutbildning, höga krav på medlemmar och taxifordon samt genom mål-

inriktad marknadsföring, genom decennier byggt sitt goda namn och rykte som taxibolag.

- 12 Taxi Göteborg har avtal med många företag bl.a. innebärande rabatter och att företagets anställda kan åka på kredit. Taxi Göteborg har även avtal med Göteborgs kommun och andra kommuner avseende samhällsbetalda transporter av olika slag, bl.a. färdtjänst. Taxi Göteborg erbjuder även rabatter till studerande och ensamåkande nattetid.

*Den påtalade marknadsföringen*

- 13 N. A. är taxiåkare och bedriver taxiverksamhet i Göteborg i form av enskild firma under namnet "Euro Göteborg TAXI". N. A. är sedan den 22 februari 2012 ägare av en vit Volkswagen Tiguan, registrerad för yrkestrafik, med registreringsnummer LZT 254. På dörrarna till N. A. taxifordon finns en dekor anbringad bestående av en gul rektangel innehållande ordet "TAXI" (väsentligen svart text i gemener på gul bakgrund) underst och över denna finns en dekor bestående av ordet "GÖTEBORG" (delvis vit och gul text i versaler på svart bakgrund) och vidare en gulsvart dekorrand anbringad längs sidorna samt svart text längst ner på sidorna lydande "MILJÖFORDON" (i versaler). Vidare finns på fordonets framskärmar och baklucka siffran 254 anbringad. Dessutom är takskylten gul, se *doms-bilaga 1*.
- 14 N. A. är inte ansluten till Taxi Göteborg och har inget avtal eller samarbete med Taxi Göteborg. N. A. har inte tillstånd att använda Taxi Göteborgs kommersiella kännetecken eller hänvisa härtill.
- 15 Taxi Göteborg har blivit kontaktad av personer som beklagat sig över att de bl.a. vid Centralstationen i Göteborg har stigit in i ett taxifordon med en dekor, som är förväxlande lik Taxi Göteborgs fordon, i tron att den tillhör Taxi Göteborg. Först vid taxiresans slut och i samband med betalningen har kunden insett, och då särskilt företags- och färdtjänstkunder, att det taxifordon de åkt med inte är Taxi Göteborgs. Detta har bl.a. medfört att kunden inte har fått kredit och/eller rabatt enligt avtal med Taxi Göteborg eller i övrigt de villkor och priser som Taxi Göteborg erbjuder sina kunder.

- 16 Taxi Göteborg har utan framgång uppmanat N. A. att upphöra med den otillbörliga marknadsföringen. N. A. har således använt sig av ovan beskrivna kännetecken i sin taxiverksamhet, trots att han har blivit uppmanad att upphöra med den otillbörliga marknadsföringen.
- 17 N. A. har placerat figurmärken med orden "TAXI" och "GÖTEBORG" samt en gulsvart dekorränd, vilka är närmast identiska med Taxi Göteborgs registrerade figurvarumärken, på sitt vita taxifordon av modellen Volkswagen Tiguan på liknande sätt som sker på Taxi Göteborgs vita taxifordon. N. A. har vidare anbringat siffran 254 på fordonets framskärmar och baklucka på motsvarande sätt som sker på Taxi Göteborgs bilar samt att även takskylten är lik Taxi Göteborgs takskyltar. Sammantaget är dekoren på N. A. fordon avsedd att ge intrycket att N. A. fordon tillhör Taxi Göteborg. Det är uppenbart att N. A. agerande att marknadsföra sig genom utseendet på sitt taxifordons dekor är ägnat att framkalla förväxling med Taxi Göteborgs välkända och välrenommerade taxifordon. Det förhållandet att N. A. taxi är vit och att den i övrigt inte är tydligt märkt med "Euro Göteborg TAXI" eller annan neutraliserande uppgift, förstärker förväxlingsrisken och ger sammantaget helhetsintrycket att N. A. fordon tillhör Taxi Göteborg.
- 18 Även den speciella köpsituationen medför ökad risk för förväxling. Taxikunder väljer ofta taxifordon genom ett snabbt beslut på gatan, eller dylik plats, många gånger i dåligt väder eller efter mörkrets inbrott. Detta bidrar till att de få detaljskillnader som finns mellan N. A. och Taxi Göteborgs fordon lätt passerar obemärkta.
- 19 N. A. fordon och Taxi Göteborgs fordon ger vid en jämförelse ett mycket likartat helhetsintryck, framförallt med beaktande av den speciella köpsituation som normalt föreligger vid utnyttjandet av taxitjänster. N. A. efterbildning av Taxi Göteborgs kommersiella kännetecken framkallar förväxling med Taxi Göteborgs verksamhet och tjänster och ger ett oriktigt intryck av taxitjänstenskommersiella ursprung. N. A. agerande i marknadsföringshänseende ger även intryck av ett ägar- eller annat samband med Taxi Göteborg.

- 20 Förfarandet är vilseledande och strider mot 14 § marknadsföringslagen (2008:486), MFL. Marknadsföringen påverkar eller sannolikt påverkar taxikundernas förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut, varför marknadsföringen är otillbörlig enligt 8 § MFL. Den ska därför förbjudas.
- 21 N. A. marknadsföring och märkesanvändning är också vilseledande genom att den ger sken av att N. A. är ansluten till Taxi Göteborg. Förfarandet är vilseledande beträffande taxitjänstens ursprung och beskaffenhet och strider bl.a. mot 10 § andra stycket 2 och 5 MFL. Marknadsföringen påverkar eller sannolikt påverkar taxikundernas förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut, varför marknadsföringen är otillbörlig enligt 8 § MFL. Den ska därför förbjudas.
- 22 Genom de närmast identiska dekorena förmås intet ont anande kunder att stiga in i N. A. taxifordon i tron att de åker med Taxi Göteborg och därmed erhåller de priser, rabatter och den service i övrigt som Taxi Göteborg erbjuder sina kunder. Kunden hamnar i en ”utpressningssituation” och känner sig sannolikt många gånger tvungen att betala N. A. vid färdens slut, trots vilseledandet. Detta torde särskilt drabba ungdomar, gamla och sjuka personer som inte vill, vågar eller förstår att protestera. N. A. skaffar sig en oförtjänt ekonomisk fördel genom att ge intryck av att vara ansluten till Taxi Göteborg. Taxi Göteborg skadas av att potentiella kunder blir irriterade över att inte kunna utnyttja rabatter och avtal med Taxi Göteborg.
- 23 N. A. marknadsföring strider också mot god marknadsföringssed och utgör renommésnyltning i strid mot 5 § MFL. Marknadsföringen påverkar i märkbar mån, eller i vart fall sannolikt påverkar, taxikundens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut varför marknadsföringen är otillbörlig och ska förbjudas.

N. A.

- 24 N. A. har i enlighet med sitt medgivande i själva saken inte närmare utvecklat sin talan, men har anfört att han ändrat dekoren på taxibilen LZT 254 så att förväxling inte kan ske med Taxi Göteborgs fordon.

**BEVISNING**

- 25 Taxi Göteborg har åberopat fotografier på de berörda fordonen och viss skriftlig bevisning.

**DOMSKÄL**

- 26 Målet rör marknadsföring av taxitjänster. Marknadsdomstolen konstaterar inledningsvis att det förhållandet att en påtalad marknadsföring har upphört inte utgör något hinder mot att Marknadsdomstolen ändå prövar dess tillbörlighet.
- 27 Taxi Göteborg har gjort gällande att N. A. marknadsföring av taxitjänster med den i målet påtalade utformningen strider mot 5, 8, 10 och 14 §§ MFL.
- 28 N. A. har, som han slutligt bestämt sin talan, medgett Taxi Göteborgs yrkande om förbud och har inte framfört någon invändning mot de omständigheter som Taxi Göteborg har åberopat.
- 29 Med hänsyn till målets indispositiva karaktär måste domstolen, trots att N. A. har medgivit bifall till käromålet, pröva Taxi Göteborgs talan i sak.

*Tillämpliga bestämmelser m.m.*

- 30 Enligt 14 § 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 såvida inte utformningen huvudsakligen tjänar till att göra produkten funktionell. För att en vilseledande efterbildning ska föreligga krävs således i förevarande fall att de kännetecken som Taxi Göteborg använder på sina fordon är att anse som särpräglade och kända på marknaden – utan att utformningen av dem huvudsakligen är funktionell – samt att det föreligger en förväxlingsrisk mellan de kännetecken som N. A. använt på sina fordon och dem som Taxi Göteborg använt.

- 31 Enligt 8 § MFL är marknadsföring som är vilseledande enligt bl.a. 14 § MFL att anse som otillbörlig om den påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut (det s.k. transaktionstestet).
- 32 Prövningen av om en åtgärd är i strid mot MFL ska följaktligen ske i två steg, först genom en bedömning av om åtgärden är vilseledande, därefter en bedömning i vad mån åtgärden har effekt på konsumentens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

*Den påtalade marknadsföringen*

- 33 När det först gäller frågorna om särprägel och kännedom har Marknadsdomstolen i tidigare avgöranden (MD 2011:16, MD 2005:26 och MD 2005:35) funnit att Taxi Göteborgs fordon är särpräglade och kända i omsättningskretsen på det sätt som erfordras enligt MFL. Taxi Göteborg har i föreliggande mål åberopat två marknadsundersökningar som båda visar att kännetecknet Taxi Göteborg är välkänt för taxiresor i Göteborgsområdet. Med hänsyn till vad som kommit fram i målet kan hållas för visst att även den grafiska utformningen av kännetecknet Taxi Göteborg och den dekorrand som används på föreningens fordon är kända för tjänster av detta slag.
- 34 Vad sedan gäller förväxlingsrisken konstaterar Marknadsdomstolen att de kännetecken i form av en rektangulär dekor innehållande orden Taxi Göteborg och en dekorrand som N. A. använt på sina fordon till färgval, utformning och placering är mycket lika motsvarande dekorer på Taxi Göteborgs fordon. Till detta kommer att bl.a. det förhållandet att N. A. bil varit försedd med ett nummer (siffrorna 254) på liknande sätt som Taxi Göteborgs taxibilar bidragit till att skapa associationer till Taxi Göteborgs fordon.
- 35 Nu anförda omständigheter medför att de kännetecken som använts på fordonen måste anses ha varit ägnade att skapa väsentligen samma minnesbild hos konsumenten. Med hänsyn härtill torde möjligheterna att upptäcka förekommande skillnader mellan kännetecknen ha varit ytterst små i en inköpssituation där konsumenten vinkar in en taxi på gatan. Marknadsdomstolen anser därför att det funnits en påtaglig risk att N. A. fordon förväxlats med Taxi Göteborgs.



- 36 De kännetecken i form av Taxi Göteborg i visst utförande och den dekorrand som N: A använt på sitt taxifordon har således utgjort en vilseledande efterbildning av Taxi Göteborgs kännetecken enligt 14 § MFL. Med anledning av den konstaterade förväxlingsrisken som förelegat mellan taxifordonen är det sannolikt konsumentens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut påverkats. Den påtalade marknadsföringen har därmed varit otillbörlig enligt 8 § MFL.
- 37 Med denna bedömning saknas skäl att pröva om marknadsföringen även varit i strid mot någon annan bestämmelse i MFL. Förbudet bör dock få en annan utformning än vad som anges i yrkandet.

*Vite*

- 38 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 rådande praxis beträffande vitesbeloppets storlek.

*Rättegångskostnader*

- 39 Med denna utgång ska N: A ersätta Taxi Göteborg dess rättegångskostnad. Taxi Göteborg har yrkat ersättning med 35 000 kr avseende ombudsarvode. N: A har inte vitsordat skäligheten av det yrkade beloppet. Marknadsdomstolen finner att yrkat belopp är skäligt och ska utgå.

På Marknadsdomstolens vägnar

  
Per Carlson

Ledamöter: Per Carlson, ordförande, Anders Stenlund, Lars Borg och Jerker Holm.

Enhälligt.

Sekreterare: Malin Malmström