



MARKNADSDOMSTOLEN

DOM  
2015-06-11

2015:9  
Mål nr C 1/15

## KÄRANDE

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

## SVARANDE

M. B. S. med enskild firma viking taxi,  
580629-8674,  
Södra Klöverstigen 81 LGH 1201,  
449 31 Nödinge

## SAKEN

Marknadsföring av taxitjänster

---

## DOMSLUT

1. Marknadsdomstolen förbjuder M. B. S. med enskild firma viking taxi vid vite av en miljon (1 000 000) kr att vid marknadsföring av taxitjänster använda de kännetecken, bestående av orden "Göteborg Taxi" respektive "Taxi", båda i en gul rektangel, som framgår av domsbilaga 1, eller väsentligen samma kännetecken.
2. Marknadsdomstolen förbjuder M. B. S. med enskild firma viking taxi vid vite om en miljon (1 000 000) kr att vid marknadsföring av taxitjänster använda texten "MILJÖFORDON" på taxifordonet CLN 986 och andra taxifordon som inte uppfyller de utsläppskrav som anges i 2 kap. 11 a § vägtrafikskattelagen (2006:227).

3. M. B. S. med enskild firma viking taxi ska ersätta Taxi Göteborg Ekonomisk Förening dess rättegångskostnader med 40 000 kr 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 M. B. S. vid vite om 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 Taxi Göteborg har i andra hand yrkat att Marknadsdomstolen förbjuder M. B. S. vid vite om 1 000 000 kr att vid marknadsföring av taxitjänster använda texten ”MILJÖFORDON” på taxifordonet CLN 968 och andra taxifordon som inte uppfyller tillämpliga utsläppskrav.
- 3 M. B. S. har bestritt yrkandena.
- 4 Taxi Göteborg har yrkat ersättning för sina rättegångskostnader.

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

- 5 Taxi Göteborg har sedan år 1922 bedrivit taxiverksamhet i Göteborg med omnejd. I dag består verksamheten i att för föreningens medlemmar bedriva beställningscentral och tillhandahålla andra servicefunktioner för taxitransporter såsom administration, fakturering och marknadsföring m.m. 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.
- 6 Taxi Göteborg är Västsveriges största taxibolag och verkar huvudsakligen i Göteborg, Lerum, Kungälv, Alingsås och Trestadsområdet. Föreningen har idag cirka 160 medlemmar, cirka 1100 förare och förfogar över cirka 430 fordon. Ungefär 80 personer

arbetar vid servicecentret, huvudsakligen i kundtjänst. Omsättningen 2013 uppgick till 490 000 000 kronor. Taxi Göteborg utför dagligen cirka 5000 taxiresor.

- 7 Taxi Göteborgs medlemmars bilar är vita och har dekor anbringad bl.a. på dörrarna bestående av en gul rektangel innehållande ordet "Taxi" (väsentligen svart text i gemener på gul bakgrund) överst och under detta 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 med ljusslinga i ovankant, se domsbilaga 2.
- 8 Taxi Göteborg har registrerat ovan beskriven rektangel som svenskt figurvarumärke i svartvitt.
- 9 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 en 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 alltjämt är aktuell.
- 10 Taxi Göteborg marknadsför sig aktivt och spenderar varje år stora pengar på marknadsföring. Taxi Göteborg är vidare den mest välkända taxiverksamheten i Göteborg med omnejd. Enligt 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?". 69 % av intervjupersonerna svarade då att de först tänker på Taxi Göteborg.
- 11 Sedan avregleringen av Sveriges taximarknad år 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 skall ha licensierade förare, ha enhetliga taxor och välservade

bilar 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.

- 12 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.
- 13 Taxi Göteborg har avtal med många företag bl.a. innebärande rabatter och att företagens anställda kan åka på kredit. Taxi Göteborg har även avtal med Göteborgs kommun och andra kommuner avseende samhällsbetalda transporter av olika slag, bl.a. sjukresor och färdtjänst, innebärande att gamla och handikappade människor, berättigade till färdtjänst, endast betalar en egenavgift vid färd med Taxi Göteborgs fordon. Resterande del av kostnaden för färden debiteras Göteborgs stad enligt samarbetsavtal med Taxi Göteborg. Taxi Göteborg erbjuder även rabatter till skolresor, studerande och ensamåkande nattetid.
- 14 Taxi Göteborg arbetar kontinuerligt med miljöfrågor och är certifierade enligt Säker Grön Taxi, ett ledningssystem för miljö, kvalitet och trafiksäkerhet som är utformat av Svenska Taxiförbundet. De som ansluter sig till systemet förbinder sig att sätta upp konkreta och mätbara mål för miljö- och kvalitetsarbetet samt rutiner som säkrar att målen nås. För personbilar finns en nationell miljöbilsdefinition i vägtrafikskattelagen (SFS 2006:227) 2 kap. 11 a § 2 stycket. Utöver detta har många kommuner egna miljöbilsdefinitioner. Göteborgs stad tillämpar vägtrafikskattelagens miljöbilsdefinition. Samtliga Taxi Göteborgs fordon, märkta med dekoren "MILJÖFORDON", uppfyller de krav på koldioxidutsläpp (gram koldioxidutsläpp per kilometer i förhållande till fordonets vikt) som vägtrafikskattelagen uppställer för erhållande av en femårig skattebefrielse. Dessa fordon är således att betrakta som miljöfordon såväl lokalt i Göteborgs kommun som nationellt.

*Den påtalade marknadsföringen*

- 15 M. B. S. bedriver taxiverksamhet i form av enskild firma under namnet "viking taxi". På hans vita taxifordon av modellen Skoda T3 Superb har en rektangulär gul dekal med orden "TAXI" och "GÖTEBORG" anbringats. Dekalen är i det närmaste identisk med Taxi Göteborgs registrerade figurvarumärken. Detta har sedan lång tid tillbaka konsekvent använts som en s.k. logga på alla Taxi Göteborgs taxifordon, vilka också är vita. M. B. S. har ovanför taxifordonets bakre hjulhus samt på bakluckan placerat dekaler bestående av ordet "GÖTEBORG". Vidare har siffran 958 anbringats på fordonets framskärmar och baklucka på motsvarande sätt som på Taxi Göteborgs bilar. Siffran 958 är rimligen avsedd att ge intrycket att M. B. S. fordon ingår i en stor fordonsflotta, likt Taxi Göteborgs. Längs med underkanten på fordonets sidor återfinns texten "MILJÖFORDON" i versaler med mycket likt typsnitt som på Taxi Göteborgs fordon. På fordonets tak återfinns en gul taks skylt med ljusslinga i ovankant samt grön belysning framtill. Taks skylten är till sin färg och utformning, tillsammans med ljusslingan, mycket lik Taxi Göteborgs taks skyltar.
- 16 Taxi Göteborg gör gällande att dekorelementen i form av texten MILJÖFORDON, flottiljnumret och taks skylten tillsammans med den s.k. boxen på ett vitt fordon är kända för föreningens verksamhet och taxiresor.
- 17 Taxi Göteborg gör vidare gällande att M. B. S. nyttjande av snarlika dekorelement på fordonet CLN 968, ensamma för sig och i synnerhet tillsammans, bidrar till att skapa associationer till Taxi Göteborgs taxifordon.
- 18 Sammantaget är dekoren på M. B. S. fordon avsedd att ge intrycket att hans fordon tillhör Taxi Göteborg. M. B. S. är inte ansluten till Taxi Göteborg och har inte tillstånd att använda föreningens kommersiella kännetecken. Det är uppenbart att M. B. S. agerande att marknadsföra sig genom utseendet på sitt taxifordons dekor är ägnat att framkalla förväxling med välkända och välrenommerade Taxi Göteborgs taxifordon. Det förhållandet att M. B. S. bil är vit, liksom alla Taxi Göteborgs taxifordon, och att hans taxifordon i övrigt inte är tydligt märkt med "Viking Taxi"

eller annan neutraliserande uppgift, förstärker förväxlingsrisken och ger sammantaget helhetsintrycket att M. B. S. fordon tillhör Taxi Göteborg.

- 19 Den speciella köpsituationen för taxiresor medför ökad risk för förväxling. Taxikunder väljer ofta taxibil genom ett hastigt beslut på gatan, eller dylik plats, många gånger i dåligt väder eller efter mörkrets inbrott. Detta bidrar till att de få detalj-skillnader som finns mellan M. B. S. och Taxi Göteborgs fordon lätt passerar obemärkta.
- 20 M. B. S. 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. Framhållna omständigheter medför att de kännetecken som använts på fordonet måste anses ha varit ägnade att skapa väsentligen samma minnesbild hos konsumenten. M. B. S. efterbildning av Taxi Göteborgs kommersiella kännetecken framkallar förväxling med Taxi Göteborgs verksamhet och tjänster och ger ett oriktigt intryck av taxitjänstens kommersiella ursprung. M. B. S. agerande ger även intryck av ett ägarsamband eller annat samband eller samarbete med Taxi Göteborg.
- 21 Förfarandet innebär vilseledande efterbildning och strider mot 14 § marknadsföringslagen (MFL). Eftersom marknadsföringen innebär en påfallande förväxlingsrisk och därmed påverkar, eller i vart fall sannolikt påverkar, taxikundernas förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut, är marknadsföringen att anse som otillbörlig enligt 8 § MFL. Den ska därför förbjudas.
- 22 M. B. S. marknadsföring och märkesanvändning är också vilseledande genom att den ger sken av att M. B. S. är ansluten till Taxi Göteborg och att han därigenom tillhandahåller de priser, rabatter och den service i övrigt som Taxi Göteborg erbjuder sina kunder.
- 23 Förfarandet är vilseledande beträffande taxitjänstens ursprung, beskaffenhet samt inverkan på miljön och strider bl.a. mot 10 § 2 stycket punkterna 2 och 5 MFL.

- 24 M. B. S. användande av texten "MILJÖFORDON" på sitt taxi-fordon är ett felaktigt påstående som innebär vilseledande marknadsföring enligt 10 § 1 stycket MFL. M. B. S. fordon uppfyller inte de utsläppskrav för personbilar som uppställs i vägtrafikskattelagen för att erhålla skattebefrielse, vilket verifieras av att fordonet enligt vägtrafikregistret är fordonsskattepliktigt. Vägtrafikskattelagens utsläppskrav utgör såväl en nationell definition som Göteborgs stads definition av "miljöfordon".
- 25 M. B. S. bryter även mot näringsidkares åtagande att följa uppförandekoder enligt 10 § 2 stycket punkten 9 MFL genom att utstyrelsen på hans taxifordon strider mot Svenska Taxiförbundets kvalitetsnormer om God Taxitradition. Normerna anger att ett taxifordon ska vara tydligt profilerat så att det framgår vilket taxiföretag det representerar (se punkten 2.3.2.). Namnet på M. B. S. enskilda firma, viking taxi återges inte någonstans på taxifordonet.
- 26 Genom den med Taxi Göteborgs fordon närmast identiska dekoren förmås intet ont anande kunder att stiga in i B. S. 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 M. B. S. vid färdens slut, trots vilseledandet. Detta torde särskilt drabba ungdomar, gamla och sjuka personer som inte vill, vågar eller förstår att protestera. M. B. S. skaffar sig en oförtjänt ekonomisk fördel genom att ge intryck av att vara ansluten till Taxi Göteborg. Taxi Göteborg skadas av att kunder som ämnat resa med Taxi Göteborg i själva verket reser med någon annan samt att kunder förargas över att inte kunna utnyttja rabatter och avtal med Taxi Göteborg. Taxi Göteborg skadas även i de fall kunder som åker med M. B. S. aldrig upptäcker att de inte åkt med Taxi Göteborgs fordon, genom att kunden inte erhåller de priser, rabatter och den service som Taxi Göteborg erbjuder.
- 27 M. B. S. 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, taxikundernas förmåga att fatta ett



välgrundat affärsbeslut varför marknadsföringen är att anse som otillbörlig och ska förbjudas.

M. B. S.

- 28 M. B. S. bedriver taxiverksamhet i enskild firma och har tre anställda. Han köpte den aktuella taxibilen i juni 2014 och började använda de aktuella dekortexterna i september 2014. Han har nu, efter att han blivit kontaktad av Taxi Göteborg, ändrat dekoren på sin taxibil.
- 29 Han anser inte att hans taxibil är lik Taxi Göteborgs taxibilar och tycker inte att de är förväxlingsbara. Taxi Göteborgs taxibilar har en egen symbol, taxichauffören Stig och en gulsvart kedja samt telefonnummer 650 000, vilket hans taxibil inte har.
- 30 Nästan alla taxiföretag i Göteborg har texten ”miljöfordon” på sina bilar och det är inte något bara Taxi Göteborg har rätt att använda. När han köpte bilen fick han information från säljaren om att bilen var en miljöbil. Han kände inte till att det fanns olika klasser på miljöbilar och att hans bil är en klass 5.

**BEVISNING**

- 31 Båda parter har åberopat viss skriftlig bevisning, däribland fotografier på de berörda fordonen.

**DOMSKÄL**

- 32 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.
- 33 Taxi Göteborg har gjort gällande att M. B. S. marknadsföring av taxitjänster med den i målet påtalade utformningen strider mot 5, 8, 10 och 14 §§ marknadsföringslagen (2008:486), MFL.

- 34 M. B. S. har bestritt yrkandena och anført att marknadsföringen inte strider mot ovan nämnda bestämmelser.

*Tillämpliga bestämmelser*

- 35 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.
- 36 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 M. B. S. använt på sina fordon och dem som Taxi Göteborg använt.
- 37 Enligt 10 § MFL får en näringsidkare vid marknadsföringen inte använda sig av felaktiga påståenden eller andra framställningar som är vilseledande i fråga om näringsidkarens egen eller någon annans näringsverksamhet.
- 38 All marknadsföring måste således vara vederhäftig. En näringsidkare som i sin näringsverksamhet använder sig av ett visst påstående eller annan framställning måste därför kunna styrka att påståendet eller framställningen är riktig. Om näringsidkaren inte kan det ska påståendet eller framställningen anses vara ovederhäftig.
- 39 Enligt 8 § MFL är marknadsföring som är vilseledande enligt bl.a. 10 och 14 §§ MFL att anse som otillbörlig om den påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut (det s.k. transaktionstestet).
- 40 Prövningen av om en åtgärd är i strid mot 14 § respektive 10 § 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.

*Vilseledande efterbildning*

- 41 När det först gäller frågorna om särprägel och kännedom har Marknadsdomstolen i ett tidigare avgörande (MD 2014:10) funnit att kännetecknet Taxi Göteborg i Göteborgsområdet är välkänt för taxiresor samt att det kan hållas för visst att den grafiska utformningen av kännetecknet Taxi Göteborg som används på föreningens fordon är känd för tjänster av detta slag. Det finns inte anledning att göra någon annan bedömning i detta mål.
- 42 Beträffande de övriga dekorelement som Taxi Göteborg påstått vara kända för föreningens verksamhet och tjänster, texten MILJÖFORDON, flottiljnumret och takskylten, har Taxi Göteborg inte genom den utredning som åberopats visat att dessa är kända på marknaden för taxitjänster. Därmed saknas förutsättningar att bifalla Taxi Göteborgs yrkande om förbud beträffande M. B. S. användning av sådana dekorelement.
- 43 Vad gäller förväxlingsrisken konstaterar Marknadsdomstolen att det kännetecknet i form av en rektangulär gul dekor innehållande orden Göteborg Taxi, liksom det kännetecknet innehållande ordet "Taxi", båda i visst utförande, som M. B. S. använt på sitt fordon till färgval, utformning och placering är mycket lika den grafiska utformningen av Taxi Göteborgs kännetecknet.
- 44 Nu anförda omständigheter medför att de kännetecknet som M. B. S. använt på sitt fordon måste anses ha varit ägnade att skapa väsentligen samma minnesbild hos konsumenten som det kännetecknet som Taxi Göteborg använt. Med hänsyn härtill torde möjligheterna att upptäcka förekommande skillnader mellan kännetecknen ha varit ytterst små i en inköpsituation där konsumenten vinkar in en taxi på gatan. Marknadsdomstolen anser därför att det funnits en påtaglig risk att M. B. S. kännetecknet förväxlats med Taxi Göteborgs.
- 45 De kännetecknet bestående av "Göteborg Taxi" respektive "Taxi", båda i visst utförande, som M. B. S. använt på sitt taxifordon har således utgjort vilseledande efterbildningar av Taxi Göteborgs kännetecknet enligt 14 § MFL. Med anledning av den konstaterade förväxlingsrisken som förelegat är det i vart fall

sannolikt att konsumentens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut påverkats. Den påtalade marknadsföringen har därmed varit otillbörlig enligt 8 § MFL.

- 46 Till följd härav ska M. B. S. förbjudas att vid marknadsföring av taxitjänster använda de kännetecken bestående av orden "Göteborg Taxi" respektive "Taxi" i en gul rektangel som framgår av *domsbilaga 1*, eller väsentligen samma kännetecken.

#### *Vilseledande marknadsföring*

- 47 Taxi Göteborg har gjort gällande att M. B. S. användning av dekortexten "MILJÖFORDON" på dennes taxibil är vilseledande i strid med 10 § 1 st. 2 MFL eftersom taxibilen inte uppfyller de utsläppskrav för personbilar som uppställs i vägtrafikskattelagen för att erhålla skattebefrielse.
- 48 M. B. S. har uppgett att han fått information från säljaren om att hans bil är en miljöbil och att den tillhör klass 5.
- 49 För att kunna bedöma om M. B. S. användning av påståendet "Miljöfordon" på sin taxibil är vilseledande i strid med 10 § MFL måste Marknadsdomstolen först avgöra hur påståendet är ägnat att uppfattas av en genomsnittlig konsument i en inköpsituation såsom den där konsumenten vinkar in en taxi på gatan.
- 50 Det finns två svenska nationella regelverk som definierar miljöbilar, vägtrafikskattelagen (2006:227) och inkomstskattelagen (1999:1229). Definitionen av begreppet miljöbil skiljer sig åt i dessa två lagar.
- 51 Enligt 2 kap. 11 a § vägtrafikskattelagen får miljöbilar fem års befrielse från vägtrafikskatt och miljöbilsgränsen bestäms sedan januari 2013 dels av bilens vikt, dels av vilket drivmedel som bilen går på. Enligt 61 kap. 8 a § inkomstskattelagen (1999:1229) får personer som har en miljöbil som förmånsbeskattad tjänstebil rabatt på förmånsvärdet. I denna lag avses med miljöbil en bil som går på mer miljöanpassade drivmedel än bensin och dieselloja.

- 52 Utöver dessa båda regelverk finns det även kommunala miljöbilsdefinitioner t.ex. kopplade till vissa parkeringsförmåner.
- 53 Mot bakgrund av vad som anförts ovan kan konstateras att det inte finns någon enhetlig definition av begreppet miljöfordon. Användningen av ordet ”Miljöfordon” på en taxibil måste dock anses vara ägnad att av en genomsnittlig konsument uppfattas som att taxibilen ifråga har låga utsläpp av miljö- och hälsoskadliga avgaser såsom koldioxid. Vid denna bedömning överensstämmer det sätt på vilket ordet uppfattas i huvudsak med den definition av miljöbil som anges i 2 kap. 11 a § vägtrafikskattelagen.
- 54 M. B. S. har inte åberopat någon bevisning som styrker hans påstående att hans taxibil har låga utsläpp av miljö- och hälsoskadliga avgaser och uppfyller utsläppskraven i vägtrafikskattelagen. Marknadsdomstolen finner därför att han inte styrkt att påståendet är riktigt och det är därför att anse som vilseledande i strid med 10 § MFL.
- 55 Miljöargument har typiskt sett stor betydelse för genomsnittskonsumenten när denne överväger ett affärsbeslut. Mot denna bakgrund är det i vart fall sannolikt att påståendet påverkat mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut. Marknadsföringen har därmed varit otillbörlig.
- 56 Till följd härav ska Taxi Göteborgs yrkande bifallas och M. B. S. förbjudas att vid marknadsföring av taxitjänster använda texten ”MILJÖFORDON” på taxifordonet CLN 986 och andra taxifordon som inte uppfyller de utsläppskrav som anges i 2 kap. 11 a § vägtrafikskattelagen.
- 57 Vid denna utgång saknas skäl för domstolen att särskilt pröva om marknadsföringen strider mot god marknadsföringssed enligt 5 § MFL.

*Vite*

- 58 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*

- 59 Vid denna utgång har Taxi Göteborg rätt till ersättning för sina rättegångskostnader. Taxi Göteborgs yrkande avseende ombudsarvode, 90 000 kr, framstår dock som högt med hänsyn till målets art och omfattning. Därtill kommer att Taxi Göteborg inte vunnit fullt bifall till sin talan.
- 60 Marknadsdomstolen finner vid en samlad bedömning att 40 000 kr utgör skälig ersättning för ombudsarvode.

På Marknadsdomstolens vägnar



Per Carlson

Ledamöter: Per Carlson, ordförande, Per Eklund, Lars Hallén, Jonas Häckner och Matilda Orth. Enhälligt

Sekreterare: Helene Karlsson