



**OTILLBÖRLIG
KONKURRENS**

BETÄNKANDE AV
UTREDNINGEN OM ILLOJAL KONKURRENS

Stockholm 1966

STATENS

OFFENTLIGA UTREDNINGAR 1966

Kronologisk förteckning

1. Svensk ekonomi 1966—1970. Esselte. 294 s. F1.
2. Export och import 1966—1970. Bilaga 1. Esselte 92 s. F1.
3. Yrkesutbildningen. Håkan Ohlssons boktryckeri, Lund 566 s. E.
4. Ny myntserie. Beckman. 87 s. F1.
5. Internationellt fredsforskningsinstitut i Sverige. Norstedt & Söner. 61 s. U.
6. Förenklad statsbidragsgivning till hälso- och sjukvården Håkan Ohlssons boktryckeri, Lund. 157 s. S.
7. Utsökningsrätt IV. Esselte. 147 s. Ju.
8. Tillgången på arbetskraft 1960—1980. Bilaga 2 Esselte. 67 s. F1.
9. Omsorger om psykiskt utvecklingshämjade. Esselte. 187 s. S.
10. Handens arbetskrafts- och investeringsbehov fram till 1970. Esselte. 82 s. F1.
11. Tygförvaltningens centrala organisation. Svenska Reproduktions AB. 164 s. F6.
12. Renbetesmarkerna. Svenska Reproduktions AB 273 s. + 1 kartbilaga. Jo.
13. Utvecklingstendenser inom undervisning, hälso och sjukvård samt socialvård 1966—1970. Bilaga 6. Esselte. 51 s. F1.
14. Ny hyreslagstiftning. Norstedt & Söner. 473 s. Ju.
15. Undersökning angående hyressplittningen. AB Kopia. 205 s. Ju.
16. Ny folkbokföringsförordning m. m. Esselte. 241 s. F1.
17. Arbetspromemorior i författningsfrågan. Esselte. 94 s. Ju.
18. Strategi i väst och öst. Esselte. 173 s. F6.
19. Statliga betänkanden 1961—1965. Kihlström. 170 s. F1.
20. Decentralisering av naturalisationsärenden m. m. Norstedt & Söner. 60 s. Ju.
21. Oljebranschen. Esselte. 71 s. F1.
22. Lagstiftning mot radiostörningar. Esselte. 91 s. H.
23. Markfrågan I. Norstedt & Söner. 330 s. Ju.
24. Markfrågan II. Bilagor. Norstedt & Söner. 231 s. Ju.
25. Sällskapsresor. Hæggström. 229 s. H.
26. Bostadsärenden m. m. Esselte. 247 s. Jo.
27. Skeppsholmens framtida användning. Kihlström. 114 s. + 1 utviklsblad. F6.
28. Läkemedelsförmänen. Beckman. 228 s. S.
29. Atomansvarighet III. Norstedt & Söner. 391 s. Ju.
30. Den framtida jordbrukspolitiken. Håkan Ohlssons boktryckeri, Lund. 361 s. Jo.
31. Den framtida jordbrukspolitiken. B. Esselte. 411 s. Jo.
32. Kommunerna och ungdomen. Esselte. 214 s. S.
33. Friluftslivet i Sverige. Del III. Anläggningar för det förliga friluftslivet m. m. Svenska Reproduktions AB 248 s. K.
34. Luftfartsverkets ekonomi och organisation. Esselte. 134 s. K.
35. Militärsjukvården. Esselte. 196 s. F6.
36. Vägfraktavtalet I. Norstedt & Söner. 187 s. Ju.
37. De statliga undervisningssjukhusens organisation. Esselte. 132 s. S.
38. Utsökningsrätt V. Esselte. 81 s. Ju.
39. Lagstiftning om elektriska anläggningar. Esselte. 153 s. H.
40. Arbetspsykologisk verksamhet. Hæggström. 116 s. E.
41. Fordonskombinationer. Esselte. 246 s. K.
42. Konsumtionskrediter i Sverige. Esselte. 274 s. F1
43. Vård utom skola av ungdomsvårdsskoleelever Kihlström. 85 s. S.
44. Bostadspolitiskt kreditstöd. Esselte. 474 s. I.
45. Aktiv åldringsvård och handikappvård. Esselte 42 s. S.
46. Jaktstadgan m. m. Svenska Reproduktions AB 248 s. Jo.
47. Ungdomens förenings- och fritidsliv. Esselte. 302 s. E.
48. Prissamverkan och konkurrens. Esselte. 278 s. E
49. Lantruktionsnämndernas nya organisation m. m Svenska Reproduktions AB. 404 s. + utviklsblad. Jo.
50. Smittskyddslagstiftning. Kihlström. 210 s. S.
51. Framtidsperspektiv för svensk industri 1965—1980. Bilaga 4. Esselte. 184 s. F1.
52. Skoglig forskning. Svenska Reproduktions AB 132 s. Jo.
53. Värdesäkkring av trafiklivräntor. Esselte. 138 s. F1.
54. Yrkeskadeförsäkring. Esselte. 243 s. E.
55. Skolgång borta och hemma. Kihlström. 390 s. E
56. Svensk säkerhetspolitik. Esselte. 158 s. F6.
57. Centralt statligt personalutbildningsorgan. Kihlström. 112 s. C.
58. Militärtandvården. Esselte. 115 s. F6.
59. Remissyttrandet över 1965 års långtidsutrednings huvudrapport. Esselte. 253 s. F1.
60. Offentlighet och sekretess. Berlingska Boktryckeriet, Lund. Ju.
61. Offentlighet och sekretess. Bilagor. Berlingska Boktryckeriet, Lund. 287 s. Ju.
62. Rikets vapen och flagga. Norstedt & Söner IV + 106 s. Ju.
63. Fastighetsregistrering. Esselte. 317 s. + 6 s. III Ju.
64. Statens och kyrkans marköverlåtelser. Esselte. 93 s. I.
65. Luftförening, buller och andra immissioner Esselte. 479 s. Ju.
66. Ungdomsledare. Esselte. 333 s. E.
67. Forskarutbildning och forskarkarriär. Hæggström. 408 s. E.
68. Forskarutbildning och forskarkarriär. Bilagor Almqvist & Wiksell, Uppsala. 289 s. E.
69. Trafikutveckling och trafikinvesteringar. Bilaga 5. Esselte. 217 s. F1.
70. Förvaltningsrättskipning. Esselte. 824 s. Ju.
71. Otillbörlig konkurrens. Esselte. 383 s. Ju.

STATENS OFFENTLIGA UTREDNINGAR 1966:71

Justitiedepartementet



OTILLBÖRLIG KONKURRENS

BETÄNKANDE AV

UTREDNINGEN OM ILLOJAL KONKURRENS

ESSELTE AB STOCKHOLM 1966

STATES OF INDIA: PARLIAMENT

THE GOVERNMENT OF INDIA



GOVERNMENT OF INDIA

MINISTRY OF DEFENCE

DEPARTMENT OF DEFENCE

DEFENCE

1950

Innehåll

Skrivelse till Statsrådet och Chefen för Kungl. Justitiedepartementet	9
<i>Lagförslag</i>	
Förslag till Lag om otillbörlig konkurrens	13
Förslag till Lag om ändrad lydelse av 9 kap. 8 § brottsbalken.	17
<i>Motiv</i>	
Kap. I Inledande orientering	18
Huvuddragen av rättsligt normsystem för konkurrensen i näringslivet i Sverige och övriga nordiska länder	18
Näringsfrihetsförordningen och motsvarande lagar	18
Otillbörlig konkurrens och oriktig geografisk ursprungsbeteckning	19
Allmän straff- och skadeståndsrätt samt särskilda lagar och författningar	21
De immaterialrättsliga ensamrätterna	21
Konkurrensbegränsning	22
Huvuddragen av gällande rätt om otillbörlig konkurrens i Tyskland, Schweiz, Frankrike och England	27
Huvuddragen av utomrättsligt normsystem i Sverige och övriga nordiska länder.	30
Grundregler för god reklam	30
Opinionsnämnder	31
Internationella överenskommelser.	35
Pariskonventionen	35
Madridöverenskommelsen m. m.	36
EFTA.	36
EEC	37
Kap. II Utredningens uppdrag och verksamhet	39
Kap. III Vissa allmänna synpunkter	46
Kap. IV Vilseledande reklam m. m.	53
Gällande svensk rätt	53
Gällande rätt i övriga nordiska länder samt i Tyskland, Schweiz, Frankrike och England	63
Rundfrågan m. m.	67
Näringslivets Opinionsnämnd	70
Utredningen	73
Stadgandets räckvidd	73
Särskilt om ekonomiskt förtal	77
Förslaget från tryckfrihetsrättslig synpunkt	80
Gränsdragningen mot konsumentupplysning m. m.	88

Förslaget i förhållande till Pariskonventionen	89
Specialmotivering till 2 §	90
Särskilt om jämförelser i reklam	99
De övriga nordiska förslagen	101
Kap. V Företagsspioneri och missbruk av företagshemlighet m. m.	103
Gällande svensk rätt	103
Gällande rätt i övriga nordiska länder samt i Tyskland, Schweiz, Frankrike och England	110
Rundfrågan m. m.	113
Utredningen	117
Termerna företagshemlighet och know-how	118
Termerna teknisk förebild och teknisk föreskrift	120
Skydd mot angrepp på företagshemlighet, know-how, teknisk förebild och teknisk föreskrift	122
Företagsspioneri	125
Prisgivande av företagshemlighet, förebild eller föreskrift	127
Avtal mellan arbetsgivare och anställda	131
Relationer till uppdragstagare m. fl.	134
Tredje mans ansvar	135
Förslaget från tryckfrihetsrättslig synpunkt	137
Specialmotivering till 3 §	138
Specialmotivering till 4 §	145
De övriga nordiska förslagen	147
Kap. VI Bestickning i näringsverksamhet m. m.	150
Gällande svensk rätt	150
Gällande rätt i övriga nordiska länder samt i Tyskland, Schweiz, Frankrike och England	155
Rundfrågan	158
Bestickningsliknande förfaranden, bedömda av Näringslivets Opinions- nämnd	159
Utomrättsliga strävanden att motarbeta bestickning och tagande av muta Utredningen	162
Skillnader mellan offentlig och enskild verksamhet	165
Muttagaren och bestickaren samt gärningsändamålet	168
Föregående muta och efterföljande belöning	170
Tillbörliga och otillbörliga förmåner	171
Specialmotivering till 5 §	172
De övriga nordiska förslagen	175
Kap. VII Övriga typfall — frågan om generalklausul	177
Marknadsföringsmetoder	178
Metoder som innebär någon form av prestations- eller priskonkurrens	178
Gällande svensk rätt	179
Gällande rätt i övriga nordiska länder samt i Tyskland och England	182
Rundfrågan	185
Näringslivets Opinionsnämnd	187
Vilselände förpackningar	192
Näringslivets Opinionsnämnd	193
Lotterier och pristävlingar i säljfrämjande syfte	195
Gällande svensk rätt	195
Gällande rätt i övriga nordiska länder samt i Tyskland och England	198

Näringslivets Opinionsnämnd	200
<u>Utförsäljningar och realisationer</u>	<u>201</u>
Gällande rätt i vissa andra länder	202
Rundfrågan	205
Yttranden över textiltutredningens betänkande	206
De danska, finska och norska lagarna i tillämpningen	209
Negativ avtalsbindning	211
Gällande svensk rätt	211
Näringslivets Opinionsnämnd	212
Övervältring av prestation	213
Näringslivets Opinionsnämnd	213
Utredningens rättspolitiska bedömning av marknadsföringsmetoder	213
Den rättspolitiska bedömningen i de övriga nordiska länderna	219
Otillbörlig efterbildning	222
Gällande svensk rätt	223
Gällande rätt i övriga nordiska länder samt i Tyskland och Schweiz	228
Opinionsnämnder	230
Rundfrågan m. m.	232
Mönsterskyddsutredningen	234
Utredningens rättspolitiska bedömning av efterbildning	236
Otillbörligt utnyttjande av annans renommé	242
Gällande svensk rätt	243
Rundfrågan	244
Näringslivets Opinionsnämnd	244
Utredningens rättspolitiska bedömning av utnyttjande av annans renommé	245
Några andra fall	247
Utredningens rättspolitiska bedömning av dessa fall	248
Utredningens förslag till rättsteknisk lösning	248
Specialmotivering till 1 §	254
Kap. VIII Oriktig geografisk ursprungsbeteckning	257
Gällande svensk rätt	257
Internationella överenskommelser	263
Gällande rätt i vissa andra länder	270
1913 och 1914 års lagar i tillämpningen	272
Tulltaxeringsförfarandets omläggning	274
Kritik av 1913 och 1914 års lagar	275
Utredningen	276
Kap. IX Påföljder m. m.	284
Förbud, straff och skadestånd	284
Gällande svensk rätt	284
Gällande rätt i övriga nordiska länder samt i Tyskland, Schweiz, Frankrike och England	285
Rundfrågan	286
Näringslivets Opinionsnämnd	287
Utredningen	287
Taleregler	292
Gällande svensk rätt	292
Gällande rätt i övriga nordiska länder	292
Rundfrågan	293
Riktprisutredningen	294
Utredningen	295

Åtgärder till förebyggande av fortsatt lagöverträdelse	298
Interimistiskt beslut	298
Gällande svensk rätt	298
Gällande rätt i några andra länder	299
Rundfrågan	299
Näringslivets Opinionsnämnd	299
Utredningen	300
Övriga åtgärder	301
Gällande svensk rätt	301
Internationella konventioner	302
Rundfrågan	302
Utredningen	303
Specialmotivering till 6—13 §§	303
Lagens ikraftträdande m. m.	315

Sammanfattning	317
Särskilda yttranden	327

Bilagor

1. Parallella nordiska utkast till lag om otillbörlig konkurrens	332
2. Internationella Handelskammarens Grundregler för god reklam	350
3. Stadgar för Näringslivets Opinionsnämnd	353
4. Sammandrag av redogörelse för undersökning rörande diskutabla säljfrämjande metoder (Ulf af Trolle)	358

Förkortningar

BrB	Brottsbalken den 21 dec. 1962
Brottsbalken I, II	Beckman, Holmberg, Hult och Strahl: Brottsbalken jämte förklaringar, I Stockholm 1964, II Stockholm 1965
EEC	European Economic Community
EFTA	European Free Trade Association
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade
GRUR	Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, tidskrift utgiven i Tyskland
IKL	Lag den 29 maj 1931 med vissa bestämmelser mot illojal konkurrens
KBL	Lag den 25 sept. 1953 om motverkande i vissa fall av konkurrensbegränsning inom näringslivet
L ¹ U, L ² U	Riksdagens första resp. andra lagutskott
NIR	NIR Nordiskt Immateriellt Rättsskydd
NJA	Nytt Juridiskt Arkiv, avd. I
NOp	Otillbörlig konkurrens och god affärssed, Näringslivets Opinionsnämnds yttranden 1957—58, 1959, 1960
NOp aktnr	Ej tryckta yttranden av Näringslivets Opinionsnämnd
prop.	Kungl. Maj:ts proposition
RB	Rättegångsbalken
rrtt	Rådhusrätt
rskr	Riksdagens skrivelse
SL	Strafflagen den 16 febr. 1864
SOU	Statens offentliga utredningar
SvJT	Svensk Juristtidning
SÖ	Sveriges överenskommelser med främmande makter
TF	Tryckfrihetsförordningen
1911 års betänkande	Patentlagstiftningskommitténs betänkande I med förslag till lag ang. förbud mot införsel till riket av varor med oriktig ursprungsbezeichnung
1913 års betänkande	Patentlagstiftningskommitténs betänkande III med förslag till lag ang. förbud mot varors förseende med oriktig ursprungsbezeichnung m. m.
1915 års betänkande	Patentlagstiftningskommitténs betänkande IV med förslag till lag mot illojal konkurrens.

Till

Statsrådet och Chefen för Kungl. Justitiedepartementet

Enligt Kungl. Maj:ts bemyndigande den 10 juni 1949 tillkallades sakkunniga för att verkställa utredning rörande revision av varumärkes- och firmalagstiftningen och vad därmed ägde samband. De sakkunniga, som antog benämningen varumärkes- och firmautredningen, avgav i början av 1958 betänkande med förslag till varumärkeslag (SOU 1958: 10). Härefter återstod av det ursprungliga uppdraget dels att framlägga förslag till ny firmalag, dels ock att överväga huruvida i Sverige liksom i flertalet andra länder skulle införas en s. k. generalklausul mot illojal konkurrens, dvs. en allmän regel om förbud mot konkurrenshandlingar i strid mot god affärssed. I anledning av riksdagens skrivelser den 21 maj 1957, nr 270, och den 25 mars 1958, nr 149, utvidgades genom Kungl. Maj:ts beslut den 31 maj 1957 och den 18 april 1958 utredningens uppdrag till att omfatta en allmän revision av lagstiftningen mot illojal konkurrens.

Enligt beslut den 31 mars 1960 skulle varumärkes- och firmautredningen arbeta som två skilda kommittéer, den ena för revision av firmalagstiftningen och den andra för revision av lagstiftningen mot illojal konkurrens. Den sistnämnda kommittén antog namnet *utredningen om illojal konkurrens*.

Efter det att förslaget till varumärkeslag avlämnats var följande personer sakkunniga i varumärkes- och firmautredningen, nämligen professor emeritus Gösta Eberstein, tillika ordförande, överingenjören vid Aktiebolaget Electrolux Gösta Dahl, numera justitierådet Erik Hedfeldt, verkställande direktören hos Skånes handelskammare, numera ledamoten av riksdagens första kammare Gösta Jacobsson, advokaten Nils Köhler, numera patenträttsrådet Claës Ugglå och generaldirektören Åke v. Zweigbergk. Sedan Kungl. Maj:t den 30 september 1959 bemyndigat chefen för justitiedepartementet att tillkalla ytterligare sakkunniga i varumärkes- och firmautred-

ningen förordnades den 9 november 1959 civilekonomen, fru Margareta Härnqvist att vara sakkunnig vid revisionen av lagstiftningen mot illojal konkurrens.

På framställningar därom entledigades den 11 november 1961 professor Eberstein, generaldirektören v. Zweigbergk och överingenjören Dahl från uppdraget att såsom sakkunniga delta i det utredningsarbete, som bedrevs av utredningen om illojal konkurrens. Samma dag förordnades, med stöd av bemyndigande av Kungl. Maj:t den 27 oktober 1961, justitierådet Hedfeldt till ny ordförande i utredningen och verkställande direktören i Aktiebolaget Elektroheliol Harry Wennberg till ny sakkunnig. Sistnämnda båda personer entledigades, efter gjorda framställningar, Hedfeldt den 21 januari 1963 och Wennberg den 1 februari 1963. Till ny sakkunnig tillika ordförande förordnades den 21 januari 1963 generaldirektören Yngve Samuelsson och till ny sakkunnig den 1 februari 1963 direktören vid AB Findus Clas Bohman.

Till experter i varumärkes- och firmautredningen vid revisionen av lagstiftningen mot illojal konkurrens förordnades den 25 juni 1958 numera direktören hos Näringslivets Opinionsnämnd Sten Tengelin och den 9 november 1959 professorn i företagsekonomi vid Handelshögskolan i Göteborg Ulf af Trolle. Till experter i utredningen om illojal konkurrens förordnades den 11 november 1961 verkställande direktören i Sveriges Köpmanförbund K. E. Gillberg och verkställande direktören i Söderberg & Haak Aktiebolag Johan Söderberg.

Till sekreterare i varumärkes- och firmautredningen vid revisionen av lagstiftningen mot illojal konkurrens utsågs den 9 april 1959 numera hovrättsrådet Hans Bergqvist.

Utredningsarbetet om lagstiftningen mot illojal konkurrens har enligt givna direktiv bedrivits i nordisk samverkan. Den *danska* kommittén, tillsatt den 21 januari 1959, har haft följande sammansättning: professor, dr. jur. W. E. von Eyben, ordförande, samt direktör Niels Banke, förutvarande handelsministern, cand. polit. fru Lis Groes, højesteretssagfører E. Groth-Andersen, forretningsfører, cand. jur. Erling Jensen, underdirektør E. Klaebel, kontorchef, frk Julie Olsen, urmagermester Jes Pirchert, professor, dr. jur. & phil. Alf Ross och afdelingschef P. Villadsen. Sekreterare har varit ekspeditionssekretaer J. Beyer. I stället för forretningsfører Jensen, som av sagt sig, inträdde under 1961 sekretaer, cand. jur. Villy Kortsen. Sedan afdelingschef Villadsen avlidit under 1962 utsågs sekreteraren, ekspeditionssekretaer Beyer tillika till medlem av kommittén. Den *finska* kommittén, tillsatt den 19 mars 1960, har haft följande sammansättning: professor Kalle Kauppi, ordförande, samt professor Curt Olsson, kommerserådet Lauri Hietanen, verkställande direktören Lauri Kirves, verkställande direktören Reino Sierla, verkställande direktören Matti Keijola, överdirektören Niilo Eerola och kontorscheff Mikko Jaskari. Sedan professor Kauppi

avlidit utsågs överdirektören Eerola till ordförande. Efter verkställande direktören Kirves, som av sagt sig, utsågs till medlem professor Jouko Paakanen. Till kommittéarbetet har såsom fast sakkunnig knutits direktören Sten Finne. Sekreterare har varit vicehäradshövdingen Keijo Heino. Den *norska* kommittén, tillsatt den 12 februari 1960 och den 3 mars 1961, har haft följande sammansättning: høyesterettsadvokat Øystein Thommessen, ordförande, samt direktör L. B. Bachke, ekspedisjonssjef Øystein Gjelsvik, konsulent Elsa Rastad Bråten, handelsdirektør Per Glad, høyesterettsadvokat Magne Bølviken, avdelingsdirektør Einar Evensmo och direktør Herman Scheel. Sedan høyesterettsadvokat Thommessen av sagt sig uppdraget under 1961 utsågs till ordförande høyesterettsdommer Karsten Gaarder. Som suppleant för direktør Bachke, som en tid varit sjuk, har tjänstgjort overrettssakfører Chr. Bergwitz-Larsen. Sekreterare har varit advokat Johan Storm Bull.

Överläggningar mellan delegerade från de fyra nordiska kommittéerna har hållits i Stockholm den 29 och den 30 september 1960, i Köpenhamn den 1—den 3 maj 1961, i Helsingfors den 7—den 10 mars 1962, i Oslo den 6—den 8 maj 1963 och i Stockholm den 25—den 27 november 1963. Ordförandena i kommittéerna har jämte sekreterarna sammanträtt i Helsingfors den 11 och den 12 juni 1965. Vid delegerademötena har ledamöter och experter i värdlandets kommitté beretts tillfälle att delta. Sekreterarna i kommittéerna har mötts vid skilda tillfällen mellan delegerademötena. Vid ordförande- och sekreterarmötena har direktören Tengelin deltagit.

De danska och norska kommittéerna har avgivit sina betänkanden under 1966. Det danska betänkandet är dagtecknat den 14 april 1966 (betaenkning nr 416), det norska har överlämnats till vederbörande departement med skrivelse undertecknad i juni 1966. Den finska kommittén beräknas avge sitt betänkande under våren 1967.

Utredningen har tillställt ett stort antal myndigheter och organisationer en rundfråga åtföljd av en omfattande promemoria. Därigenom har utredningen erhållit synpunkter på och önskemål i fråga om en blivande lagstiftning om otillbörlig konkurrens. Utöver svaren på rundfrågan har utredningen mottagit flera framställningar från organisationer.

På utredningens uppdrag har professor af Trolle gjort en undersökning av diskutabla säljfrämjande metoder. Ett sammandrag av redogörelsen för undersökningen har fogats som bilaga till betänkandet.

Genom beslut den 25 mars 1960 förordnade Kungl. Maj:t att en vid betänkandet med förslag till lag om straff för varusmuggling m. m. (SOU 1959: 24) såsom bilaga fogad promemoria av byrådirektören A. F. H. Alexandersson med förslag till ändring av lagen den 4 juni 1913 angående förbud mot införsel till riket av varor med oriktig ursprungsbeteckning skulle,

jämte däröver avgivna yttranden, överlämnas till varumärkes- och firma-utredningen för att tagas i övervägande vid fullgörandet av utredningsuppdraget. Genom beslut den 25 november 1960 förordnade Kungl. Maj:t att en i riksdagen väckt motion, II: 398, med hemställan om viss ändring i 1913 års lag skulle överlämnas till utredningen om illojal konkurrens. I frågor rörande lagstiftning mot oriktiga ursprungs-beteckningar har utredningen samrått med generaltullstyrelsen.

Utredningen har avgivit remissutlåtande över textilutredningens betänkande »Konkurrens under samverkan. Förslag till handlingsprogram för textilindustrin» (SOU 1959: 42) i vad däri behandlats frågor om realisationer och utförsäljningar. Betänkandet jämte övrigt material i dessa frågor har sedermera med skrivelse den 12 april 1962 överlämnats från handelsdepartementet till utredningen.

Utredningen har samrått med mönsterskyddsutredningen i frågor rörande s. k. slavisk efterbildning. I dessa frågor har utredningen också haft överläggningar med representanter för olika organisationer. Utredningen har avgivit remissutlåtande över mönsterskyddsutredningens betänkande »Mönsterrätt» (SOU 1965: 61).

Utredningen har vidare yttrat sig över riktpreisutredningens betänkande »Prissamverkan och konkurrens» (SOU 1966: 48).

Utredningen får härmed överlämna av motiv åtföljda förslag till lag om otillbörlig konkurrens och lag om ändrad lydelse av 9 kap. 8 § brottsbalken.

Särskilda yttranden har avgetts av hrr Gillberg, Jacobsson, Söderberg och Ugglå.

De svenska, finska, danska och norska lagförslagen bifogas såsom parallelltexter.

Utredningsarbetet är därmed avslutat.

Stockholm den 14 december 1966.

Yngve Samuelsson

Clas Bohman

K. E. Gillberg

Margareta Härnqvist

Gösta Jacobsson

Nils Köhler

Johan Söderberg

Sten Tengelin

Claës Ugglå

Ulf af Trolle

/Hans Bergqvist

Förslag till
Lag om otillbörlig konkurrens

Allmän bestämmelse

1 §.

I näringsverksamhet får ej vidtagas konkurrensåtgärd, genom vilken hederlighet och god affärsmoral åsidosättes gentemot konsumenter eller näringsidkare.

Om särskilda slag av otillåtna handlingar stadgas i 2—5 §§.

Vilseledande reklam m. m.

2 §.

Näringsidkare får ej använda oriktig eller vilseledande framställning, ägnad att påverka efterfrågan på eller utbudet av vara, tjänst eller annan nyttighet.

Näringsidkare får ej heller använda framställning, som på grund av sin utformning eller genom att den angår ovidkommande förhållande är otillbörlig gentemot annan näringsidkare och ägnad att ha sådan verkan som i första stycket sägs.

Bestämmelserna i första och andra styckena äga motsvarande tillämpning på sammanslutning av näringsidkare samt på den som är anställd hos eller fullgör uppdrag för näringsidkare eller sådan sammanslutning.

Företagsspioneri och missbruk av företagshemlighet m. m.

3 §.

Ingen får på otillbörligt sätt bereda sig tillgång till företagshemlighet. Har någon på otillbörligt sätt berett sig tillgång till företagshemlighet, får han ej använda eller yppa denna.

Den som är anställd hos eller fullgör uppdrag för näringsidkare får ej heller obehörigen använda eller yppa företagshemlighet, till vilken han fått tillgång på annat sätt än i första stycket sägs.

Har någon fått tillgång till företagshemlighet genom att annan, honom vederligen, handlat i strid mot första eller andra stycket, får han ej obehörigen använda eller yppa denna.

4 §.

Anställd eller annan, som anförtrotts teknisk förebild eller teknisk föreskrift för utförande av arbete eller för affärsändamål, får ej obehörigen använda eller giva annan del av denna.

Har någon fått tillgång till teknisk förebild eller teknisk föreskrift genom att annan, honom vederligen, handlat i strid mot första stycket, får han ej behörigen använda eller giva annan del av denna.

Bestickning i näringsverksamhet m. m.

5 §.

Till den som är anställd hos eller fullgör uppdrag för näringsidkare får man ej lämna, utlova eller erbjuda muta eller annan otillbörlig förmån, ägnad att förmå mottagaren att i tjänsten eller vid uppdragets fullgörande gynna bestickaren eller annan.

Den som är anställd hos eller fullgör uppdrag för näringsidkare får ej mottaga, låta åt sig utlova eller begära muta eller annan otillbörlig förmån, ägnad att förmå honom att i tjänsten eller vid uppdragets fullgörande gynna bestickaren eller annan.

Bestämmelserna i första och andra styckena äga motsvarande tillämpning på otillbörlig belöning för att mottagaren i tjänsten eller vid uppdragets fullgörande gynnat bestickaren eller annan.

Påföljder m. m.

6 §.

Vidtager någon åtgärd, som avses i 1 § första stycket, eller använder någon framställning, som avses i 2 §, äger domstol vid vite förbjuda honom att fortsätta därmed.

Om ett fortsättande av handlingen kan förväntas medföra allvarliga olägenheter för konsumenter eller näringsidkare, äger domstol meddela vitesförbud för tiden intill dess lagakraftägande dom föreligger. Bestämmelserna i 15 kap. 5 och 6 §§ rättegångsbalken äga motsvarande tillämpning vid sådant beslut.

7 §.

Den som uppsåtligen bryter mot 2—5 §§ dömes till böter eller fängelse i högst ett år. Är brott mot 2 § att anse såsom ringa, dömes ej till ansvar.

För försök till gärning, som avses i 3 § första stycket första punkten, dömes till ansvar enligt vad i 23 kap. brottsbalken stadgas.

Är gärning, som avses i 2 §, att bedöma såsom svindleri eller är gärning, som avses i 3 och 4 §§, att bedöma såsom trolöshet mot huvudman eller är gärning, som avses i 5 §, att bedöma såsom bestickning eller tagande av muta enligt brottsbalken, äger första stycket ej tillämpning.

8 §.

Om flera medverkat till brott mot denna lag, gäller vad i 23 kap. brottsbalken är stadgat.

9 §.

Den som överträder med stöd av 6 § meddelat förbud eller gör sig skyldig till brott mot denna lag skall ersätta uppkommen skada.

Talan om skadestånd får avse skada endast under de senaste fem åren innan talan väcktes. För skada under tid dessförinnan är rätten till ersättning förlorad.

10 §.

Talan om förbud enligt 6 § får föras av myndighet som Konungen bestämmer samt av envar som lider förfång av åtgärden eller framställningen ävensom av sammanslutning av konsumenter eller löntagare eller sammanslutning av näringsidkare.

Åtal för brott mot 2 § får väckas av myndighet som Konungen bestämmer samt av sammanslutning av konsumenter eller löntagare eller sammanslutning av näringsidkare. Därvid skall iakttagas vad i 20 kap. 8 § rättegångsbalken är stadgat.

Brott mot 3 eller 4 § får åtalas av åklagare endast om målsägande anger brottet till åtal.

11 §.

Vid brott mot 2 § eller överträdelse av förbud, meddelat med stöd av 2 §, äger rätten efter vad finnes skäligt förordna att oriktig eller vilseledande eller enligt 2 § andra stycket otillbörlig framställning, som är anbragt på vara eller förpackning eller innehålles i reklamtryck, affärshandling eller dylikt, skall utplånas eller ändras så att missbruk därav ej kan ske. Kan sådan åtgärd ej ske annorledes, äger rätten förordna att egendomen skall förstöras.

Egendom, som avses i första stycket, får tagas i beslag i avbidan på förordnande som där sägs. Föreskrifterna om beslag i brottmål i allmänhet äga därvid tillämpning.

12 §.

Vid brott mot 3 eller 4 § äger rätten på yrkande av målsäganden förordna att missbrukad förebild, föreskrift eller annan handling eller efterbildning därav skall överlämnas till honom.

Egendom, som avses i första stycket, får tagas i beslag i avbidan på förordnande som där sägs. Föreskrifterna om beslag i brottmål i allmänhet äga därvid tillämpning.

13 §.

Vid brott mot 5 § skall lämnad eller mottagen muta eller annan otillbörlig förmån eller otillbörlig belöning förklarad förverkad till kronan. Föreskrifterna i 36 kap. brottsbalken äga därvid tillämpning.

Denna lag träder i kraft den 1 juli 1968.

Genom denna lag upphävas dels lagen den 29 maj 1931 med vissa bestämmelser mot illojal konkurrens med undantag av vad däri är stadgat om illojal användning av kännetecken, dels lagen den 4 juni 1913 angående förbud mot införsel till riket av varor med oriktig ursprungsbeteckning, dels lagen den 9 oktober 1914 angående förbud i vissa fall mot varors förseende med oriktig ursprungsbeteckning och saluhållande av oriktigt märkta varor, dels ock kungörelsen den 22 maj 1953 (nr 320) angående skydd för vissa utländska ursprungsbeteckningar.

Förslag till

Lag om ändrad lydelse av 9 kap. 8 § brottsbalken¹

Härigenom förordnas att 9 kap. 8 § brottsbalken skall erhålla följande ändrade lydelse.

(Nuvarande lydelse)

(Föreslagen lydelse)

8 §.

Den som, i annat fall än förut i detta kapitel är sagt, förfar oredligt i det han medelst vilseledande förmår någon till handling eller underlåtenhet och därigenom skadar den vilseledde eller någon i vars ställe denne är, dömes för oredligt förfarande till böter eller fängelse i högst två år. Ändå att skada ej uppkommer, skall dömas för oredligt förfarande, om vilseledandet sker i utövning av yrke eller näring och avser beskaffenhet, myckenhet eller ursprung av något som tillhandahålles mot vederlag.

Den som, i annat fall än förut i detta kapitel är sagt, förfar oredligt i det han medelst vilseledande förmår någon till handling eller underlåtenhet och därigenom skadar den vilseledde eller någon i vars ställe denne är, dömes för oredligt förfarande till böter eller fängelse i högst två år.

Denna lag träder i kraft den 1 juli 1968.

¹ Motiv till detta förslag, se kap. IV, särskilt s. 77

KAPITEL I

INLEDANDE ORIENTERING

Huvuddragen av rättsligt normsystem för konkurrensen i näringslivet i Sverige och övriga nordiska länder

Näringsfrihetsförordningen och motsvarande lagar

Vid mitten av 1800-talet infördes i de nordiska länderna i princip näringsfrihet för det egna landets medborgare i fråga om industri, hantverk och handel.

I Sverige slog näringsfriheten slutligt igenom med 1864 års näringsfrihetsförordning. Enligt denna får i stort sett var och en som är myndig och inte försatt i konkurs idka handels- eller fabriksrörelse, hantverk eller annan hantering. Undantag gäller i huvudsak endast för några försäljningsformer, nämligen kringföringshandel och vissa tillfällighetsförsäljningar, samt för en del yrken, där det fordras viss kompetens eller lämplighet. En närmare redogörelse för den svenska näringslagstiftningen och föreslagna reformer finns i SOU 1962: 15.

I Danmark infördes näringsfriheten något tidigare än i Sverige. Envar är där i princip berättigad att utöva näringsverksamhet. Visserligen fordras att han har näringsbrev på den rörelse han vill utöva, men kravet på näringsbrev blir enligt en den 8 juni 1966 utfärdad ny näringslag upphävt från och med 1970 och ersatt med en enkel anmälningssplikt. En annan väsentlig inskränkning i den danska näringsfriheten, nämligen att en handlande inte får ha mer än ett försäljningsställe i varje kommun, blir också upphävt från och med 1970 genom den nya lagen. Sedan slutet av 1930-talet finns — i lagen om otillbörlig konkurrens — förbud mot s. k. enhetsprisaffärer. Förslag om att upphäva detta förbud har framlagts.

I Finland, där näringsfriheten infördes i slutet av 1860-talet, gäller principen att envar får utöva såväl handels-, fabriks- och hantverksrörelse som ock annan till förvärv eller försäljning avsedd och med god sed förenlig rörelse eller näring. Det krävs dock att man har medborgerligt förtroende och råder över sig själv och sin egendom. Endast en enkel anmälan till registreringsmyndighet erfordras. Beaktas bör dock att vissa näringar, däribland många av de i praktiken viktigaste, är reglementerade på så sätt att vissa kvalifikationer fordras för att få idka näringen i fråga eller att den samma får idkas endast efter särskilt tillstånd.

Utvecklingen i Norge har förlöpt i viss mån annorlunda än i de övriga

nordiska länderna. Näringsfriheten infördes något senare, på 1870-talet, men har inte upprätthållits i fråga om hantverk och handel. För att få näringsbrev för hantverk måste man enligt gällande lag uppfylla tämligen stränga kompetenskrav, bl. a. lång tids yrkesutövning. Obligatoriskt gäller lagen blott i städerna, medan det för dess giltighet på landsbygden fordras särskilt beslut. Vidare medges undantag för s. k. frihantverkare. I stort sett samma system med kompetenskrav gäller för den som önskar näringsbrev för utövande av handel (handelsbrev). En tillverkare kan utan handelsbrev sälja sina produkter, men i detaljhandeln får dylik försäljning endast ske från fast försäljningsställe. S. k. enhetsprisaffärer har varit förbjudna, men detta förbud är numera upphävt.

Otillbörlig konkurrens och oriktig geografisk ursprungsbeteckning

Sverige. Under intryck av den rättsliga utvecklingen utomlands, särskilt i Tyskland, uppstod mot slutet av 1800-talet och början av 1900-talet en opinion för att man borde ge lagliga möjligheter att ingripa mot vissa såsom otillbörliga eller illojala uppfattade företeelser i konkurrensen. Redan 1888 hade utfärdats en förordning om förbud mot import av varor med oriktig geografisk ursprungsbeteckning. Efter upprepade framställningar av näringslivsorganisationer och på begäran av riksdagen uppdrogs åt en 1908 tillsatt kommitté, patentlagstiftningskommittén, att utreda bl. a. vilka lagstiftningsåtgärder, som kunde finnas påkallade för att stävja illojal konkurrens. Kommittén, på vars förslag ännu gällande lagar mot oriktiga geografiska ursprungsbeteckningar antagits 1913 och 1914, framlade 1915 ett betänkande med förslag till lag mot illojal konkurrens. Förslaget, som var starkt influerat av motsvarande tyska lag av 1909, innehöll allmänna stadganden mot oriktig reklam, särskilda stadganden om realisationer och salubjudande av förutvarande konkursvaror eller panter samt stadganden om försäljning eller salubjudande av s. k. märkesartiklar till underpris, om present- och rabattmärkesystemen, om angivande av oriktigt geografiskt ursprung för varor, om nedsättande av annans näringsverksamhet, om obehörigt användande eller yppande av yrkeshemligheter och liknande brott samt om bestickning. En betydande minoritet inom kommittén föreslog dessutom en s. k. generalklausul av innehåll att om någon i näringsverksamhet i konkurrenssyfte företog handling, vilken stred mot god sed, skulle mot honom kunna väckas talan med yrkande om förbud mot handlingens fortsättande eller upprepande; överträdelse av meddelat förbud skulle föranleda straff och skadeståndsskyldighet.

Av flera skäl, bl. a. hänsynen till den svenska tryckfrihetslagstiftningen, ledde kommitténs förslag endast i mycket begränsad utsträckning till lagstiftning. Lagen den 19 juni 1919 med vissa bestämmelser mot illojal konkurrens innehöll blott stadganden om obehörigt användande eller yppande

av yrkeshemlighet och missbruk av teknisk förebild samt om bestickning av i näringsverksamhet och därmed jämförlig verksamhet anställd person och sådan persons tagande av muta.

Efter tillkomsten av 1919 års lag gjordes av många näringsorganisationer och av kommerskollegium framställningar om utvidgad lagstiftning mot otillbörlig konkurrens. I anledning härav utarbetades inom justitiedepartementet ett nytt lagförslag, som ledde till den ännu gällande lagen den 29 maj 1931 med vissa bestämmelser mot illojal konkurrens (IKL). Denna lag, vars innehåll, tolkning och tillämpning skall närmare redovisas i resp. kapitel av betänkandet, har som 1 § ett stadgande mot illojal reklam, dvs. mot sådan oriktig uppgift om egna förhållanden i meddelande avsett för ett större antal personer, som är ägnad att framkalla uppfattningen om ett fördelaktigt anbud. I 2 § finns ett stadgande om obehörigt lämnande eller erbjudande av gåva eller liknande förmån. Till 3—5 §§ resp. 6—8 §§ överflyttades från 1919 års lag stadgandena om yrkeshemligheter och tekniska förebilder resp. om bestickning och tagande av muta. Sanktionen vid överträdelse av stadgandena är straff. Överträdelse medför också skyldighet att ersätta uppkommen skada.

1942 infördes i IKL som ett provisorium en sedermera i allt väsentligt upphävd känneteckensbestämmelse, som omnämns nedan under de immaterialrättsliga ensamrätterna. I övrigt är lagen oförändrad, så när som på vissa smärre justeringar, som betingats av ändringar i allmänna straffrättsliga regler. Svensk rätt innehåller icke någon generalklausul mot illojal konkurrens.

Danmark, Finland och Norge. I dessa tre länder finns särskilda lagar om otillbörlig eller illojal konkurrens, för vilka närmare redogörelse lämnas i resp. kapitel i betänkandet. Alla dessa lagar innehåller en generalklausul, som med något skiftande formuleringar förbjuder mot god affärssed stridande konkurrenshandlingar. I alla lagarna finns också bestämmelser om otillbörlig reklam, om säsongrealisationer och särskilda utförsäljningar samt om förtal av konkurrent. De danska och norska lagarna har bestämmelser om »tilgift», dvs. en tilläggsvara, som lämnas utan särskilt vederlag vid köp av vara. Den finska lagen har en bestämmelse om slumpmässigt erbjudande av gåva eller rabatt. De danska och finska lagarna har stadganden om prisgivande av yrkeshemligheter — motsvarande norska stadgande finns i den norska strafflagen — samt om kedjehandel, en försäljningsform, som innebär att man får köpa en vara till förmånligt pris under förutsättning att man skaffar ett antal andra kunder, vilka i sin tur skall skaffa andra kunder etc. De finska och norska lagarna innehåller bestämmelser om missbruk av tekniska förebilder samt om bestickning och tagande av muta. Den danska lagen har slutligen — förutom det redan nämnda förbudet mot enhetsprisaffärer — bestämmelser om känneteckensmissbruk samt om märkning och förpackningsstandardisering.

Sanktionerna vid överträdelse är i fråga om generalklausulen förbud och i fråga om de övriga bestämmelserna straff och i växlande utsträckning förbud. Skadeståndsskyldighet kan också följa på överträdelse.

Till den danska bestämmelsen om vilseledande reklam finns vissa kompletteringar, avseende oriktig ursprungsbeteckning. Den finska lagen nämner oriktig eller vilseledande uppgift om varans ursprung såsom exempel på sådan uppgift som kan föranleda ansvar för illojal reklam. I Norge gäller ännu en bestämmelse i den äldre varumärkeslagen om oriktig eller vilseledande angivelse av varors ursprungsort.

Allmän straff- och skadeståndsrätt samt särskilda lagar och författningar

För konkurrensen i näringslivet är naturligtvis de generella normsystemen i de olika ländernas allmänna strafflagstiftning av betydelse. Vad den svenska brottsbalken beträffar må särskilt nämnas förmögenhetsbrotten, ärekränkingsbrotten och stadgandena mot bestickning och tagande av muta, såvitt gäller offentliga tjänstemän. Brott är i Sverige i princip alltid skadeståndsgrundande.

Även allmänna skadeståndsrättsliga principer utanför straffrättens område har betydelse för konkurrensen i näringslivet. I kontraktsförhållanden följer av avtalets karaktär och innehåll i vad mån skadestånd utgår vid bristande fullgörelse. Utanför kontraktsförhållanden gäller som huvudregel att endast den som uppsåtligt tillfogat eller av vårdslöshet vållat en skada är ersättningskyldig för denna. Men i Sverige gäller i princip den ytterligare begränsningen i dessa fall att bara sak- och personskada samt därav följande ekonomisk skada ersätts. I Danmark och Norge är däremot även annan ekonomisk skada än sådan som har samband med sak- och personskada ersättningsgill vid uppsåt och vållande. I konkurrenssituationer är det i regel allmänna förmögenhetsskador, inte sak- och personskador, som är av intresse. Det sagda innebär att i Danmark och Norge de speciella konkurrensrättsliga normerna och de allmänna straffrättsliga normerna suppleras av allmänna utomobligatoriska skadeståndsprinciper, medan detta inte är förhållandet i Sverige.

I skilda lagar och författningar i alla de nordiska länderna finns särskilda föreskrifter, som har betydelse för olika områden av näringslivet. Som svenska exempel kan nämnas reklamstadganden och märkningsföreskrifter i livsmedels- och läkemedelslagstiftningen samt särskilda stadganden till skydd för yrkeshemligheter i en mångfald författningar.

De immaterialrättsliga ensamrätterna

Utvecklingen av de immaterialrättsliga ensamrätterna, patent, mönsterrätt, upphovsrätt och rätt till kännetecken, har i stor utsträckning gått parallellt

i de nordiska länderna. De under senare hälften av 1800-talet genomförda känneteckenslagarna, varumärkes- och firmalagarna, var frukten av nordiskt samarbete. Detta samarbete har senare utsträckts till att gälla övriga områden av immaterialrätten. Efter andra världskriget har nya, i allt väsentligt likalydande lagar om varumärken och upphovsrätt antagits i Danmark, Finland, Norge och Sverige. Under 1966 har propositioner med förslag till nya i huvudsak likalydande patentlagar framlagts i de fyra länderna. Betänkanden med förslag till nya enhetliga mönsterlagar har framlagts i Sverige hösten 1965 och i Danmark våren 1966. Motsvarande förslag till mönsterlagar beräknas bli publicerade i Finland och Norge under den närmaste tiden. I nordiskt samarbete förberedda förslag till firmalagar väntas under 1967.

De immaterialrättsliga ensamrätterna berörs under rubriken otillbörlig efterbildning i kap. VII.

Särskilt med hänsyn till Sveriges internationella förpliktelser — varom mera nedan — ansågs det rättsskydd som gavs i vårt land genom de äldre varumärkes- och upphovsrättslagarna samt firmalagen inte tillfyllest. Därför infördes 1942 i IKL ett stadgande som tog sikte på uppsåtligt framkallande av förväxling med dels annans inarbetade kännetecken (9 § första stycket), dels ock annans under egenartad titel eller diktat namn offentliggjorda auktorverk (9 § andra stycket).

Dessa ändringar i IKL var avsedda som ett provisorium i avbidan på revision av den immaterialrättsliga ensamrättslagstiftningen. I samband med antagande av den nya varumärkeslagen och en därtill anknuten lag om kollektivmärken beslöts att 9 § första stycket IKL inte skulle vara tillämpligt, när det kännetecken, med vilket förväxling kunde äga rum, var skyddat enligt varumärkes- eller kollektivmärkeslagen. Vid antagande av upphovsrättslagen samma år upphävdes 9 § andra stycket IKL.

Efter dessa ändringar och sedan ny namnlag genomförts torde 9 § IKL ha betydelse endast för vissa firmafall. I samband med att förslag till ny firmalag framläggs kommer man att föreslå att 9 § IKL helt upphävs.

Konkurrensbegränsning

Då det gäller monopol, karteller, truster och andra konkurrensbegränsningar har den rättsliga utvecklingen gått i skilda banor i de nordiska länderna.

Sverige. Införande av näringsfrihet innebar i princip att några hinder utöver dem som framgick av näringsfrihetsförordningen inte från statsmakternas sida skulle resas mot svensk medborgares frihet att idka näring. Friheten att idka näring och att konkurrera på lika villkor kunde emellertid inskränkas genom överenskommelser enskilda emellan. Den i svensk rätt gällande avtalsfriheten medförde nämligen i princip att avtal om konkurrensbegränsningar tillerkändes laga verkan. Genom avtalslagen 1915 och

sedrmera genom generella klausuler i andra lagar lagfästes emellertid möjlighet för domstol att under särskilda förutsättningar modifiera mellan parter träffade avtal. Även utan direkt stöd av lag kan avtal i undantagsfall jämkas.

I hägnet av närings- och avtalsfriheten kunde truster, karteller och andra konkurrensbegränsningar uppkomma. Frågan uppmärksammades i utredningar omedelbart före och efter första världskriget. 1925 utfärdades en lag om undersökning angående monopolistiska företag och sammanslutningar, vilken emellertid kom att få mycket liten betydelse. Ämnet utreddes vidare under 1930-talet och i anslutning till andra världskrigets slut. 1946 tillkom en lag om övervakning av konkurrensbegränsning inom näringslivet. Nu gäller den 1953 utfärdade och 1956 väsentligt utvidgade lagen om motverkande i vissa fall av konkurrensbegränsning inom näringslivet (KBL) samt en lag 1956 om uppgiftsskyldighet rörande pris- och konkurrensförhållanden.

Syftet med KBL är enligt dess 1 § att främja en ur allmän synpunkt önskvärd konkurrens inom näringslivet. I lagen stadgas förbud mot två arter av konkurrensbegränsningar, nämligen bruttopriser och anbudskarteller. I fråga om alla andra konkurrensbegränsningar finns möjlighet att inskrida i de fall då konkurrensbegränsningen anses medföra skadlig verkan.

I anslutning till KBL har inrättats särskilda organ för behandling av konkurrensbegränsningsfrågor. Dessa är statens pris- och kartellnämnd, som är övervaknings-, undersöknings- och upplysningsorgan, näringsfrihetsombudsmannen, som gör ingripanden på det allmännas vägnar mot konkurrensbegränsningar, vilka betraktats som skadliga, samt näringsfrihetsrådet, som närmast är en förhandlingsdomstol för konkurrensbegränsningsfrågor.

Förbudet mot bruttopriser innebär att en företagare inte av företagare i senare försäljningsled får betinga sig att vid försäljning av förnödenhet visst pris inte får underskridas eller till ledning för prissättningen inom senare försäljningsled eljest ange visst pris, såvida inte därvid kommer till uttryck, att priset får underskridas. Förbudet mot anbudskarteller innebär att företagare inte får träffa eller tillämpa överenskommelse att samråd eller annan samverkan mellan olika företagare skall äga rum innan någon av dem avger anbud om försäljning av förnödenhet eller utförande av tjänst. Överträdelse av förbuden straffas, men åtal kan ske endast efter anmälan eller medgivande av ombudsmannen. Dispens från förbuden kan under vissa förutsättningar medges av näringsfrihetsrådet.

I fråga om konkurrensbegränsning i övrigt gäller att rådet genom förhandling skall söka undanröja skadlig verkan därav. Förhandling påkallas av ombudsmannen eller, om denne beslutat att inte ta upp saken, av företagare, som omedelbart berörs av konkurrensbegränsningen i fråga, eller av sammanslutning av konsumenter eller löntagare. Termen konkurrensbe-

gränsning är inte definierad i lagen, men därmed skall enligt förarbetena förstås varje omständighet, som innebär eller har till följd att konkurrensen inte är fri och ohämmad. Med skadlig verkan skall enligt lagen förstås att konkurrensbegränsningen på ett ur allmän synpunkt otillbörligt sätt påverkar prisbildningen eller hämmar verkningsförmågan inom näringslivet eller försvårar eller hindrar annans näringsutövning. Kan skadlig verkan av konkurrensbegränsning inte undanröjas genom förhandling, åligger det näringsfrihetsrådet, där saken finnes vara av större vikt, att göra anmälan härom till Kungl. Maj:t. Genom en lagändring 1966 har föreskrivits att, om förhandling avslutats utan att skadlig verkan av konkurrensbegränsning kunnat undanröjas, äger rådet, under förutsättning att ärendet avser vägran av företagare att sälja förnödenhet till företagare i senare försäljningsled på villkor som motsvarar vad han erbjuder andra företagare, förelägga företagaren i det tidigare försäljningsledet sådan försäljning vid vite.

I praktiken har de flesta ärenden angående undanröjande av skadlig verkan av konkurrensbegränsning kunnat slutföras inför näringsfrihetsombudsmannen.

I uppgiftsskyldighetslagen stadgas skyldighet för företagare att lämna uppgifter rörande pris- och konkurrensförhållanden. Skyldigheten inträder först efter anmaning men kan göras tämligen omfattande. Ett särskilt kartellregister över konkurrensbegränsande överenskommelser förs av pris- och kartellnämnden. Handlingar, som inkommit enligt uppgiftsskyldighetslagen, är enligt lagen om inskränkningar i rätten att utbekomma allmänna handlingar i princip sekretessbelagda i den mån de innehåller upplysningar om viss företagares affärs- eller driftsförhållanden, vilkas offentliggörande kan medföra skada för honom. Kartellregistret är offentligt, om inte Kungl. Maj:t av särskilda skäl förordnar om sekretess.

Danmark. Den danska pris- och konkurrensbegränsningslagstiftningen är uppdelad på två lagar, monopolloven och loven om indseende med priser. Syftet med monopolloven är att genom offentlig övervakning av monopol och andra konkurrensbegränsningar förhindra oskäligen höga priser och affärsvillkor samt att tillförsäkra det fria näringslivet bästa möjliga villkor. Loven om indseende med priser innehåller bestämmelser om prisövervakning och möjlighet till prisreglering.

Övervakningen av monopol och andra konkurrensbegränsningar ankommer på monopoltilsynet, som består av ett råd och ett direktorat. Beslut av monopoltilsynet kan överklagas hos en besvärnämnd. Klagan över nämndens avgöranden kan föras vid de allmänna domstolarna i högre instans.

Enligt monopolloven får bruttopriser inte upprätthållas utan monopoltilsynets tillstånd. I övrigt fullföljs lagens syfte genom att avtal om konkurrensbegränsningar hålls under fortlöpande kontroll.

Konkurrensbegränsningar skall anmälas till monopoltilsynet, i vissa fall utan anmaning och i andra fall efter anmaning. Finner monopoltilsynet att

en konkurrensbegränsning medför eller kan antagas medföra oskäligen priser eller affärsvillkor, oskäligen inskränkning i den fria näringsutövningen eller oskäligen olikhet i villkoren för näringsutövningen, skall myndigheten söka undanröja detta genom förhandling med berörda företag eller sammanslutningar. Om förhandling visar sig resultatlös, kan monopoltilsynet ingripa på olika sätt, exempelvis genom att upphäva bindande prisavtal eller exklusivavtal eller ändra diskriminerande försäljnings- eller leveransvillkor i liberaliserande riktning. Monopoltilsynet kan också ge föreskrifter om märkning och anslag om priser samt bestämma priser eller avanser, som inte får överskridas. Under vissa förutsättningar kan tillsynet ålägga ett företag att sälja till närmare angivna köpare på företagets sedvanligt gällande villkor för motsvarande försäljning. Kan de skadliga verkningarna av konkurrensbegränsning inte bringas att upphöra vare sig genom förhandling eller genom angivna åtgärder, skall förhållandet anmälas till handelsministern.

Loven om indseende med priser, som också administreras av monopoltilsynet, ger detta omfattande befogenheter, såsom att företa undersökningar av pris- och marginalförhållanden på områden, där det finner behov av offentlig redogörelse för prisbildningen föreliggande, samt att fastställa maximipriser.

Finland. I Finland antogs 1963 en lag om främjande av ekonomisk konkurrens, som är uppbyggd efter mönster av den svenska KBL. Vidare finns en tidsbegränsad lag om priskontroll, som administreras av socialministeriets prisavdelning.

Genom lagen om främjande av ekonomisk konkurrens har inrättats ett näringsfrihetsråd samt ett näringsfrihetsverk.

Enligt lagen gäller förbud mot anbudskarteller och bruttopriser. Undantag från förbuden kan beviljas av näringsfrihetsrådet.

För konkurrensbegränsningar i övrigt har införts ett förhandlingsförfarande inför näringsfrihetsrådet, syftande till att avlägsna konkurrensbegränsningarnas skadliga verkningar. Leder förhandlingarna inte till önskat resultat, skall näringsfrihetsrådet, såframt saken är av vikt, göra anmälan till regeringen. Om konkurrensbegränsningen anses medföra ur allmän synpunkt skadlig verkan, kan regeringen för en tid av högst ett år förbjuda konkurrensbegränsningen. Ett dylikt beslut kan upprepas efter det giltighetstiden för det föregående förbudsbeslutet gått ut och ny förhandling ägt rum.

Uppgiftsskyldigheten är enligt den finska lagen något mindre omfattande än i Sverige och inträder i regel först efter anmaning.

Beslut av näringsfrihetsrådet och näringsfrihetsverket kan överklagas till högsta förvaltningsdomstolen.

Med stöd av lagen om priskontroll förekommer priskontroll på vissa livsmedel. Därutöver förekommer för vissa produkter prisanmälan, som innebär att företagare under viss period anmanas anmäla sina priser. För

några förnödenheter, huvudsakligen vissa tyger och kläder, samt avgifter, gäller temporärt prisstopp.

Socialministeriets prisavdelning ägnar sig till stor del åt prisövervakning men kan också uppta förhandlingar såsom ett led i prisstabiliseringsarbetet.

Norge. I Norge utfärdades en trustlov redan 1926. Numera gäller sedan 1953 en lov om kontroll og regulering av priser, utbytte og konkurranseforhold (prisloven). Den innehåller bestämmelser rörande såväl prisreglering som kontroll av konkurrensbegränsningar. Prislovens syfte anges vara

a) att främja en ur samhällets synpunkt försvarlig prisutveckling och motverka oskäligen priser, vinster och affärsvillkor,

b) att hindra högre vinstutdelningar än som kan anses försvarliga samt

c) att trygga mot »mislige» omsättnings- eller konkurrensförhållanden och mot sådana konkurrensbegränsande åtgärder, som är oskäligen eller till skada för allmänna intressen.

Att omsättnings- och konkurrensförhållandena är »mislige» lär innebära antingen att det används metoder, som i sig själva är förkastliga, t. ex. osannfärdig eller vilseledande reklam, eller att de har eller kan komma att få väsentliga skadeverkningar för konsumenterna, branschens egna utövare eller andra.

Ledningen av den med prisloven förenade verksamheten tillkommer regeringen, som efter godkännande av stortinget varje år utfärdar »retningslinjer» för prismyndigheternas verksamhet. Vederbörande departement ger närmare föreskrifter för de särskilda kontroll- och regleringsorganen, av vilka de högsta är prisrådet och prisdirektoratet. Prisrådet är närmast en administrativ domstol och prisdirektoratet ett förberedande och verkställande organ. Beslut enligt prisloven kan enligt allmänna förvaltningsrättsliga grundsatser prövas av allmän domstol.

Den norska pris- och konkurrenslagstiftningen ger myndigheterna vittgående befogenheter att vidta tvångsåtgärder i prisreglerande syfte eller för att motverka konkurrensbegränsningar.

På prisområdet kan bestämmelser utfärdas om maximi- och minimipriser, prisstopp, prisberäkningar, rabatter, maximala vinstpålägg, leverans- och betalningsvillkor m. m. Det kan också utfärdas bestämmelser i syfte att förhindra onödigen mellanhandel och »mislige» konkurrensförhållanden.

På konkurrensområdet finns regler om anmälningsskyldighet i fråga om konkurrensbegränsningar, om möjlighet att ändra eller upphäva begränsande avtal m. m.

Anmälningarna, som är obligatoriska, registreras i ett av prisdirektoratet fört register. Det är förbjudet att vidta en konkurrensbegränsning innan den anmälts. Viss redovisningsskyldighet föreligger och myndigheterna kan på olika sätt ingripa i tillämpningen.

För alla företagare, oberoende av om de medverkar i en konkurrensbegränsning eller ej, gäller att de inte får ta, kräva eller avtala priser, som är

oskäligen. Man får ej heller kräva, avtala om eller upprätthålla affärsvillkor, som verkar oskäligt i förhållande till den andra parten eller som uppenbarligen är i strid mot allmänna intressen.

Särskilda regler finns om bojkott och leveransvägran. Priserådet kan sålunda förbjuda företagare att vägra affärsförbindelse med annan företagare eller konsument, om denna vägran befinnes skada allmänna intressen eller verka oskäligt gentemot den andra parten.

Genom lagändring 1957 förbjöds bruttopriser, dock med möjlighet till dispens. 1960 infördes generella förbud mot horisontella prissättningsavtal och prissättningsrekommendationer och mot anbudskarteller. Här finns vissa undantag och en ofta utnyttjad dispensmöjlighet.

Huvuddragen av gällande rätt om otillbörlig konkurrens i Tyskland, Schweiz, Frankrike och England

Tyskland. Den första tyska lagen mot otillbörlig konkurrens daterar sig från 1896. Denna innehöll inte någon generalklausul. Men i den från 1900-talets början gällande tyska civillagen fanns ett par allmänna skadestandsregler, som kom att tillämpas på vissa fall av otillbörlig konkurrens vilka inte reglerats i 1896 års lag. Denna kombination av rättsregler befanns dock inte tillfyllest, varför man 1909 införde en ny lag mot otillbörlig konkurrens, Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb.

1909 års lag inleds med en generalklausul och innehåller i övrigt utförliga bestämmelser om oriktig och vilseledande reklam, om utförsäljningar och realisationer, om oriktiga mått- och ursprungsangivelser, om bestickning, om förtal av konkurrent, om yppande av yrkeshemlighet eller prisgivande av teknisk förebild samt om missbruk av kännetecken. Vid överträdelse står olika civilrättsliga sanktioner, bl. a. skadestånd, till buds. Straff kan utdömas jämlikt specialbestämmelserna men inte jämlikt generalklausulen.

Till lagen mot otillbörlig konkurrens ansluter sig två specialförfattningar, Zugabeverordnung — termen Zugabe motsvarar den dansk-norska termen tilgift — och Rabattgesetz.

Schweiz. I den första federala schweiziska lagen om obligationsrätt från slutet av 1800-talet fanns ett allmänt utomobligatoriskt skadestandsstadgande. Detta ansågs inte fungera tillfredsställande mot otillbörlig konkurrens, varför man vid revisionen av civilrätten strax före första världskriget införde en särskild, allmänt formulerad artikel mot otillbörlig konkurrens i obligationsrättslagen. Trots den vidareutveckling och ytterligare nyansering av rättsskyddet, som blev följderna av denna artikel, ansågs vissa brister ännu föreligga. Därför utarbetades och antogs 1945 den nu gällande federala lagen mot otillbörlig konkurrens.

Den schweiziska lagen inleds med ett avsnitt, som omfattar en generalklausul i form av en definition och exemplifiering av vad som avses med otillbörlig konkurrens. Det stadgas att otillbörlig konkurrens är varje missbruk av konkurrensen i näringslivet genom bedrägliga eller andra medel, som strider mot grundsatsen om tro och heder. Härefter nämns som exempel på förfaranden, som strider mot grundsatsen om tro och heder,

att lämna oriktiga, vilseledande eller onödigt sårande uppgifter om andra näringsidkare, eller deras varor eller prestationer,

att lämna oriktiga eller vilseledande uppgifter om egna affärsförhållanden, varor eller prestationer,

att använda oriktiga titlar eller yrkesbeteckningar,

att vidtaga åtgärder ägnade att framkalla förväxling med andra näringsidkare eller deras varor eller prestationer,

att besticka andras anställda,

att förmå andras anställda att förråda yrkeshemligheter,

att använda eller meddela andra yrkeshemligheter, varom kännedom erhållits genom handling i strid mot tro och heder, samt

att bryta mot sedvanliga eller genom lag, förordning eller överenskomelse föreskrivna arbetsvillkor (»social dumping»).

I ett andra avsnitt redovisas ett antal civilrättsliga påföljder, som den kränkte kan påfordra, bl. a. fastställelse av förfarandets rättsstridighet, förpliktelse för vederbörande att upphöra med förfarandet samt, i händelse av subjektiv skuld, ersättning för skadan. Ett tredje avsnitt har rubriken straffrättsligt skydd och upptar som brottstyper samma gärningstyper som i det inledande avsnittet angivits som exempel på otillbörlig konkurrens (utom »social dumping»). Förutsättning för utdömande av straff vid dessa specificerade gärningar är att de företagits uppsåtligt. I ett fjärde avsnitt ges vissa föreskrifter om utförsäljningar och »Zugaben».

Frankrike. I Frankrike inskred man länge mot olika yttringar av otillbörlig konkurrens väsentligen med stöd av den allmänna skadeståndsregeln i Code civil art. 1382, enligt vilken envar handling, som förorsakar en annan skada, medför förpliktelse för skadevällaren att ersätta skadan. Vidare användes direkt rättsgrundsatser i den nedan omnämnda Pariskonventionens art. 10 bis. På grundval av dessa regler har uppbyggt en omfattande rättspraxis rörande skilda konkurrensrättsliga förseelser. Som typiska exempel på användningen av Code civil art. 1382 nämns nedsättande uppgifter om konkurrenter och dessas varor, missbruk av konkurrenters kännetecken, skyltar, emballage, reklammaterial m. m., handlingar med ändamål att desorganisera konkurrenters verksamhet, exempelvis genom att locka bort anställda eller genom att missbruka kunskap om konkurrenters företags-hemligheter, samt oriktig och vilseledande reklam och vilseledande försäljningsmetoder.

För reklamens vidkommande har en lag från 1905 om undertryckande av bedrägeri i varuomsättningen varit av större betydelse. Rättsläget har emellertid förändrats genom en lag från 1963, som innehåller bestämmelser riktade mot vilseledande reklam. Det stadgas förbud mot offentliga framställningar i ond tro, som innehåller oriktiga eller vilseledande påståenden om bl. a. varors eller prestationers art, sammansättning, ursprung eller väsentliga egenskaper. Lagens egentliga betydelse i praktiken synes vara att den ger möjlighet till rättslig sanktion vid ohörsamhet mot ett utomrättsligt, för hela reklamnärings gemensamt organ, som på eget initiativ eller efter anmälan prövar vilseledande eller misskrediterande reklam.

Därutöver finns också annan lagstiftning, som är av betydelse för konkurrensen i näringslivet. Sålunda finns i Code pénal straffbestämmelser mot bestickning och tagande av muta (art. 177 och 179) samt mot missbruk av yrkeshemlighet (art. 418). Vidare finns särskild lagstiftning om en del företeelser, exempelvis utförsäljningar och vissa »gåvor».

England. Den engelska rätten skiljer sig från den kontinentala därigenom att den i väsentliga delar inte är kodifierad i skriven lag utan bygger på domstolsavgöranden. Denna Common law¹ uppfattas som domstolarnas bekräftelse på sedvänjor och handlingsnormer bland landets befolkning och är vägledande för framtida rättspraxis. Alltsedan 1700-talet har emellertid en växande mängd samhällsföreteelser kommit att regleras genom skriven lag, s. k. Statutes eller Acts of Parliament. Någon allmän skadeståndsregel, motsvarande de kontinentala, finns inte och inte heller någon lag mot otillbörlig konkurrens.

Många av de handlingstyper, som på kontinenten uppfattas som otillbörlig konkurrens, kan dock angripas enligt Common law. Vanligen sker det genom en civil action, som kan leda till förbud och skadestånd. I vissa fall är också criminal actions med straff som tänkbar följd möjliga.

En civil action kan grundas på att ett avtal brutits, breach of contract, eller ett förtroende svikits, breach of confidence. Civil actions kan också förekomma i vissa andra typfall, s. k. torts (»skadeståndsgrundande handlingar»). Torts av betydelse på konkurrensområdet synes främst vara passing-off, libel och slander. Passing-off-doktrinen innebär i stort sett att man inte får vilseleda på det sättet att ens egna varor eller verksamhet gesken av att vara en annans. Libel — som tillika är en criminal offence — och slander ger möjlighet att ingripa mot den som lämnar oriktiga och nedsättande uppgifter om andra.

Bland Statutes av betydelse för konkurrensen i näringslivet märks Merchandise Marks Acts, som möjliggör ingripande mot vissa oriktiga och

¹ Termen Common law sätts ibland mot Equity, dvs. den »billighetsrätt», som före 1873 tillämpades av vissa domstolar. Sedan de gamla skillnaderna mellan Common law och Equity gradvis försvunnit, används termen Common law vanligen som motsättning till Statute law.

vilsledande varubeteckningar och varubeskrivningar¹, samt Prevention of Corruption Act, som riktar sig mot bestickning och tagande av muta. Bland nyare lagar märks Advertisements (Hire—Purchase) Act 1957, som föreskriver vilka upplysningar avbetalningsreklamen skall innehålla, Betting, Gaming and Lotteries Act 1963 och 1964, som rör tävlingar och »give-away schemes», Town and Country Planning Acts and Regulations, som ger föreskrifter om utomhusreklamen, samt Trading Stamps Act 1964, som reglerar bruket av rabattmärken.

Huvuddragen av utomrättsligt normsystem i Sverige och övriga nordiska länder

Grundregler för god reklam

Internationella Handelskammaren har antagit en hederskodex för vad som skall anses vara god reklampraxis. Dessa Grundregler för god reklam (Code of Standards of Advertising Practice) utarbetades ursprungligen vid mitten av 1930-talet och antogs av Internationella Handelskammaren 1937. De har senare, under aktiv medverkan från svensk sida, omarbetats 1949 och 1955 och är för närvarande ånyo under revision. Den nu gällande editionen av grundreglerna har fogats som *Bilaga 2* till detta betänkande.

Grundreglerna innehåller följande programförklaring, avseende relationen mellan dem som gör reklam och konsumenterna.

Reklamen ingår som ett led i vårt på fri företagsamhet grundade distributions-system, vilket avser att tillfredsställa konsumentens behov, och har ett socialt ansvar gentemot konsumenten.

Reklamen är ett legitimt och viktigt medel för säljaren att väcka intresse för de varor och tjänster han utbjuder. Av säljaren vidtagna reklamåtgärder kan dock i vissa fall komma att strida emot allmänhetens intressen. Uppstår en dylik motsättning skall först och främst allmänhetens intresse tillgodoses.

Reklamen är för sin framgång beroende av allmänhetens förtroende. Därför får inga åtgärder vidtagas, som kan rubba detta förtroende.

Grundreglerna fastslår vissa etiska minimikrav, som bör ställas på reklam. De gör inte anspråk på att vara uttömmande, utan däri har endast upptagits huvudprinciper, som praktisk erfarenhet visat vara av särskild betydelse.

Internationella Handelskammaren har avsett att grundreglerna skall ge riktlinjer för hur reklamen bör vara utformad för att rätt kunna fylla sina sociala och merkantila uppgifter. Kammaren har förutsatt att det med hjälp av dess nationalkommittéer samt med stöd från näringslivets organisationer skall vara möjligt att på frivillighetens väg skapa sunda förhållanden på reklamens område.

¹ Merchandise Marks Acts är f. n. föremål för revision och det kan förväntas att denna lagstiftning inom kort kommer att upphävas och ersättas av mera allmänt formulerade stadganden mot vilsledande reklam och försäljningsmetoder.

Opinionsnämnder

Sverige. I slutet på 1920-talet väcktes tanken på ett frivilligt organ inom reklamen med uppgift att söka stävja framför allt efterbildning av andras reklam. Tanken förverkligades genom den 1929 tillkomna s. k. plagiatkontrollen, ett slags granskningsnämnd, som underkastade reklamen fortlöpande granskning och ingrep där så påfordrades. Plagiatkontrollen upphörde 1935, sedan det då grundade Svenska Reklamförbundet inom sig tillsatt en opinionsnämnd. Denna nämnd — som sedermera fick namnet Opinionsnämnden för reklam — erhöi i förhållande till plagiatkontrollen vidgade uppgifter. Den skulle inte bara söka motverka plagiat och annan efterbildning utan också ta upp frågor som rörde reklamens innehåll, dess vederhäftighet och korrekthet ur såväl konkurrens- som konsumentsynpunkt.

Inom Stockholms Handelskammare inrättades 1934 en opinionsnämnd med uppgift att avge yttrande huruvida av näringsidkare i konkurrensnytte företagen åtgärd stod i överensstämmelse med god affärssed. För att bereda nämnden en vidgad bas ombildades densamma 1938 i samråd med vissa andra större näringsorganisationer till Näringslivets Opinionsnämnd i Stockholm. Samtidigt härmed inrättades Näringslivets Opinionsnämnd i Göteborg och Näringslivets Opinionsnämnd i Malmö. Dessa tre opinionsnämnder hade envar inom sitt distrikt samma uppgift som tidigare Stockholms Handelskammarens Opinionsnämnd. Stockholmsnämndens uttalanden under åren 1935—1951 har samlats och utgivits av Stockholms Handelskammare 1953 i en publikation med titeln *God affärssed och illojal konkurrens*.

För att skapa en mer slagkraftig organisation i kampen mot otillbörliga affärsmetoder och för att hindra mot varandra stridande uttalanden i likartade ärenden sammanslogs 1957 opinionsnämnderna i Stockholm, Göteborg och Malmö samt Opinionsnämnden för reklam till en för hela riket gemensam opinionsnämnd, som fick namnet *Näringslivets Opinionsnämnd*. Stadgar för nämnden har fogats till detta betänkande som *Bilaga 3*.

Näringslivets Opinionsnämnd uppbärs av följande organisationer inom det svenska näringslivet såsom huvudmän, nämligen Annonshyråernas Förening, Föreningen Svensk Fackpress, Handelskamrarnas Nämnd, Kooperativa Förbundet, Motorbranschens Riksförbund, Svenska Annonserers Förening, Svenska Bankföreningen, Svenska Bokförläggareföreningen, Svenska Boktryckareföreningen, Svenska Försäkringsbolags Riksförbund, Svenska Försäljnings- och Reklamförbundet, Svenska Handelsagenters Förening, Svenska Petroleuminstitutet, Svenska Tidningsutgivareföreningen, Svenska Trafikföretagens Råd, Sveriges Annonss- och Reklambyråers Förbund, Sveriges Grossistförbund, Sveriges Hantverks- och Industriorganisation, Sveriges Hotell- och Restaurangförbund, Sveriges Industriförbund, Sveriges Köpmanförbund och Sveriges Lantbruksförbund. Genom en stadgeändring 1963

har som nya huvudmän inträtt Landsorganisationen i Sverige, Tjänstemännens Centralorganisation, Sveriges Akademikers Centralorganisation och Sveriges Husmodersföreningars Riksförbund. Dessa organisationer och statens konsumentråd utser ledamöterna i nämnden.

Nämnden består av ordförande, två vice ordförande samt högst 39 ledamöter. Ordföranden skall och vice ordförande bör ha avlagt för behörighet till domarämbete föreskrivna kunskapsprov samt äga domarerfarenhet. Nämnden arbetar på tre avdelningar. Ärenden av synnerlig vikt prövas i plenum.

Näringslivets Opinionsnämnd har till uppgift att på begäran avge yttrande huruvida en i näringsverksamhet vidtagen reklam- eller annan konkurrensåtgärd kan anses strida mot god affärssed. Vid sin prövning skall nämnden ta hänsyn till såväl konsument- som konkurrentintressen. I reklamärenden har nämnden att särskilt beakta anvisningarna i Internationella Handelskammarens Grundregler för god reklam. Nämnden uttalar sig endast om huruvida åtgärden objektivt sett står i strid mot god affärssed. Däremot går nämnden ej in på en bedömning av de bevekelsegrunder som legat bakom konkurrensbehandlingen. God affärssed utgör ett slags sammanfattning av de normer av skilda slag, som nämnden tillämpar i sin verksamhet.

Har nämnden funnit att viss konkurrensåtgärd strider mot god affärssed, skall nämnden enligt stadgarna söka avstyra att åtgärden upprepas.

Rätt att begära yttrande från nämnden tillkommer varje enskild person, företag eller sammanslutning, som må ha intresse därav. Nämnden avger även efter remiss från allmän åklagare eller domstol yttrande huruvida viss reklam, som ifrågasätts strida mot 1 § IKL, kan anses stå i »uppenbar strid mot god affärssed».

I anmälningsärenden, där två parter står mot varandra, föregås nämndens beslut av skriftväxling mellan parterna, eventuellt följt av en muntlig förhandling inför nämnden. I remissärendena framläggs utredningsmaterialet av vederbörande myndighet och nämndens yttrande avges i regel enbart på grundval av detta.

Nämndens yttrande, som avfattas skriftligen, innehåller en tämligen detaljerad sakframställning samt i regel också en ganska utförlig motivering. Yttrandet utmynnar i ett uttalande huruvida den påtalade åtgärden strider mot god affärssed eller ej.

Yttrandena är numera offentliga. Nämnden kan dock om särskilda skäl föreligger i visst fall förordna att yttrande inte skall vara offentligt.

Avsikten är att nämndens yttranden fortlöpande skall publiceras i en årsbok benämnd *Otillbörlig konkurrens och god affärssed (NOp)*. Hittills har tre volymer utkommit avseende åren 1957—1960. Sedan nämnden började sin verksamhet har över 1 200 ärenden inkommit.

Nämndens sekretariat bedriver en förhållandevis omfattande rådgivning. Antalet förfrågningar uppgår till ca 2 500 om året.

Nämndens inflytande på handlingsmönstren inom näringslivet torde vara betydande. Oaktat nämnden inte har några egentliga tvångsmedel till sitt förfogande är det sällsynt att den, vars förfarande ogillats av nämnden, upp-repar detsamma.

Vid sidan av Näringslivets Opinionsnämnd finns några andra organ med mer begränsade verksamhetsområden.

Ett antal organisationer har i samråd med medicinalstyrelsen bildat *Stiftelsen Reklamgranskningen för fria läkemedel*, som började sin verksamhet 1941. Stiftelsens styrelse, Reklamgranskningens nämnd, består av nio ledamöter och lika många suppleanter. Dess verkställande organ, Reklamgranskningens byrå, bestående av en läkare och en jurist, övervakar fortlöpande all till allmänheten riktad reklam för läkemedel, vilka får säljas annorstädes än på apotek, samt andra varor, för vilka medicinsk indikation anges eller antyds i reklamen. Stiftelsen granskar argumenteringar endast från synpunkten huruvida dessa kan anses medicinskt vederhäftiga.

Finner byrån viss reklam vara oriktig eller eljest vilseledande, hänvänder sig byrån till annonsören. I det alldeles övervägande antalet fall uppnår man rättelse på denna väg. Godtas inte byråns erinringar eller finner byrån tvekan föreligga i spörsmål av principiell natur eller eljest av större betydelse, hänskjuts ärendet till nämnden. Innan nämnden beslutar om åtgärd mot annonsör, bereds denne tillfälle att yttra sig. Uppnås inte rättelse av påtalad olämplig reklam, kan nämnden hos Svenska Tidningsutgivareföreningen hemställa att föreningen anmodar sina medlemmar att inte införa viss annonstext eller — i svårare fall — att över huvud taget inte införa annonser från viss annonsör innan annonsmanuskript godkänts av byrån. Dessa sanktioner behöver mycket sällan tillgripas.

Stockholms Handelskammare har stiftat *Nämnden för granskning av rusdrycksreklam*, vars uppgift är att vaka över att reklam och andra säljåtgärder för rusdrycker — sprit, vin och starköl — bedrivs på ett från sociala och andra synpunkter önskvärt sätt. Nämnden arbetar på ungefär samma sätt som Reklamgranskningen för fria läkemedel.

Näringslivets Opinionsnämnd, Reklamgranskningen för fria läkemedel och Nämnden för granskning av rusdrycksreklam har gemensamt kansli.

En inom Svenska Slöjdföreningen tidigare verksam s. k. plagiatkommitté ombildades 1953 till *Svenska Slöjdföreningens Opinionsnämnd*. Nämnden består av fem ledamöter, av vilka ordföranden skall äga juridisk utbildning och domarerfarenhet. De övriga skall allsidigt representera konstnärlig och affärsmässig sakkunskap beträffande upphovsrätt till brukskonst. Nämndens uppgift är att avge yttrande i tvistefrågor inom föreningens verksamhetsområde beträffande upphovsrätt. Härvid må även bedömas huruvida viss åtgärd kan anses strida mot god affärssed eller konstnärlig hederskodex. Med god affärssed avses här god sed på upphovsrättens område. Ytt-

rande kan lämnas på begäran av domstol eller annan myndighet. I de fallen förekommer endast skriftligt förfarande. Sker anmälan av enskild part, håller nämnden efter viss skriftlig förberedelse muntlig förhandling. Yttrandena är i regel offentliga. Några egentliga sanktioner står icke till nämndens förfogande. Fram till utgången av 1964 har nämnden avgivit 66 yttranden, varav 11 på begäran av domstol eller åklagare. Det största antalet fall har rört möbler och textilier. Nämndens yttranden finns publicerade under titeln *Upphovsrättsligt skydd för brukskonst 1954—1963*. I boken är vissa av de bedömda föremålen avbildade.

Danmark. Dansk Salgs- og Reklameforbund har ett responsumudvalg, som avger uttalanden om god affärssed i reklamverksamhet. Intresserad kan mot viss avgift begära prövning av frågor, som berör reklamområdet, exempelvis frågor om plagiering av reklam, uttalanden om konkurrenters produkter och avgöranden om honorarberäkning för utfört reklamarbete. Udvalgets uttalanden publiceras inte i andra fall än då det föreligger särskilt grovt åsidosättande av de krav, som bör ställas på god reklametik.

Finland. Centralhandelskammaren i Finland har inrättat en opinionsnämnd, vars uppgift är att avge uttalanden i ärenden angående god affärssed. Innan uttalande avges, bereds båda parter tillfälle att yttra sig. Uttalandena är inte offentliga och får publiceras endast med opinionsnämndens tillåtelse. Därvid har överenskommit med Centralhandelskammaren, att utlåtandena kontinuerligt publiceras på finska i en av kammaren utgiven tidskrift, dock utan att parternas identitet röjs.

Norge. I Norge finns ett flertal opinionsnämnder, som avger yttranden i frågor rörande god affärssed. Av dessa skall endast de tre nämnas, som har betydelse utanför den egna branschen.

Norges Industriforbunds Konkurransutvalg har till uppgift bl. a. att på medlems anmodan avge yttrande om i vad mån en handling enligt god affärssed är otillbörlig eller för övrigt av den art att den omfattas av lagen om otillbörlig konkurrens. Konkurransutvalget ger intresserade parter tillfälle att framlägga sin uppfattning av saken innan uttalande avges. Uttalandena är offentliga och publiceras i regel i tidskriften *Norges Industri*. Samtliga yttranden för åren 1929—1963 har utgivits i bokform (Oslo 1963).

Norges Salgs- og Reklame-Forbund har ett Timannsutvalg, som har till uppgift att avge uttalanden i tvister om god affärssed i försäljnings- och reklamarbete samt att yttra sig om speciella försäljnings- och reklamförhållanden. I reklamärenden beaktas Grundregler för god reklam. I tvister bereds båda parter tillfälle att yttra sig innan uttalande avges. Uttalandena är offentliga och publiceras fortlöpande i reklamförbundets tidskrift *Markedsføring*. Uttalandena för åren 1932—1957 har samlats och utgivits av Johan Storm Bull i en bok som har titeln *God Forretningskikk* (Oslo 1957). Boken inleds med en redogörelse för Timannsutvalgets verksamhet.

Oslo Handelsstands Forenings Femtimannsutvalg avger också yttranden om god affärssed. Femtimannsutvalget bygger sina avgöranden helt på klagandens framställning. Utvalgets yttranden är offentliga och publiceras som bilaga till tidskriften *Norges Handel*. De är dessutom tryckta i fem band, varav det sista, som omfattar tiden 1932—1962, utkom i Oslo 1964.

Inom det norska näringslivet diskuteras frågan om att slå samman alla opinionsnämnder till en enda, se artikel av Bergwitz—Larsen i NIR 1966, s. 26.

Ett informellt samarbete förekommer mellan de finska och svenska opinionsnämnderna samt de norska konkurranse- och timannsutvalgen.

Internationella överenskommelser

Pariskonventionen

Sverige är sedan 1885 anslutet till Pariskonventionen den 20 mars 1883 för skydd av den industriella äganderätten och därmed medlem av den s. k. Parisunionen. Till konventionen var den 1 september 1966 anslutna sammanlagt 74 länder, däribland samtliga europeiska stater utom Albanien.

Pariskonventionen har reviderats i Bryssel 1900, i Washington 1911, i Haag 1925, i London 1934 och i Lissabon 1958. Sedan 1953 är Sverige anslutet till den i London reviderade texten (SÖ 1953: 24). Lissabontexten skulle ha ratificerats senast den 1 maj 1963, men anslutning kan ske även senare. Av de nordiska länderna har hittills endast Norge hunnit ansluta sig till Lissabontexten.

Skyddet för den industriella äganderätten har enligt Pariskonventionen till föremål patent, nyttighetsmodeller, industriella mönster och modeller, fabriks- och handelsmärken, firma samt ursprungsbe-teckningar ävensom undertryckande av illojal konkurrens (art. 1). Konventionens bärande princip är att de som tillhör ett unionsland skall i samtliga övriga unionsländer i fråga om skyddet av den industriella äganderätten åtnjuta de förmåner, som de särskilda lagstiftningarna för närvarande tillerkänner eller framdeles kommer att tillerkänna landets egna medborgare (art. 2).

Bestämmelser riktade mot illojal konkurrens infördes första gången i Pariskonventionen vid revisionen 1900, då till konventionen fogades en art. 10 bis av innehåll att medborgarna i ett unionsland skulle åtnjuta samma skydd mot illojal konkurrens som det egna landets medborgare. Art. 10 bis utbyggdes sedermera vid revisionerna 1911, 1925 och 1934. Londontexten av artikeln lyder

1. Unionsländerna äro pliktiga att tillförsäkra dem, som tillhöra något unionsland, verksamt skydd mot illojal konkurrens.

2. Varje konkurrenshandling, som strider mot god affärssed, utgör en handling av illojal konkurrens.

3. Särskilt skola förbjudas:

1) alla handlingar av beskaffenhet att, genom vilket medel det vara må, framkalla förväxling med en konkurrents företag, varor eller verksamhet inom industri eller handel;

2) oriktiga påståenden i utövning av affärsverksamhet, ägnade att misskreditera en konkurrents företag, varor eller verksamhet inom industri eller handel.

Vid revisionen 1958 fogades till 3. en punkt, enligt vilken särskilt skall förbjudas

3) uppgifter eller påståenden vilkas användning i utövning av affärsverksamhet är ägnad att vilseleda allmänheten angående saluhållna varors beskaffenhet, tillverknings sätt, egenskaper, användbarhet eller myckenhet.

I övrigt har art. 10 bis inte ändrats vid Lissabonkonferensen.

Pariskonventionen behandlas närmare i kapitlet om vilseledande reklam m. m., om övriga typfall och om oriktiga geografiska ursprungsbeteckningar.

Madridöverenskommelsen m. m.

Inom Parisunionens ram har slutits den s. k. Madridöverenskommelsen den 14 april 1891 angående undertryckande av oriktiga ursprungsbeteckningar å handelsvaror. Till denna var den 1 september 1966 anslutna sammanlagt 29 länder, däribland Sverige sedan 1934. Danmark, Finland och Norge har däremot inte anslutit sig till denna överenskommelse.

Madridöverenskommelsen har reviderats i Washington 1911, i Haag 1925, i London 1934 och i Lissabon 1958. Sedan 1953 är Sverige anslutet till den i London reviderade texten (SÖ 1953: 25). Lissabontexten skulle ha ratificerats senast den 1 maj 1963, men anslutning kan ske även senare.

I Lissabon slöts 1958 inom Parisunionen en särskild överenskommelse angående skydd för en viss sorts geografiska ursprungsbeteckningar och deras internationella registrering. Denna överenskommelse har emellertid inte biträtts av något av de nordiska länderna.

I Stresa slöts 1951 en internationell konvention angående användningen av vissa beteckningar på ost. Bland de åtta anslutna staterna är Danmark, Norge och Sverige.

Av viss betydelse för geografiska ursprungsbeteckningar är även det allmänna tull- och handelsavtalet (GATT).

Samtliga nu nämnda internationella överenskommelser behandlas närmare i kapitlet om oriktiga geografiska ursprungsbeteckningar.

EFTA

Konventionen den 4 januari 1960 angående upprättandet av Europeiska frihandelssammanslutningen har tillträtts av Danmark, Norge, Portugal, Schweiz, Storbritannien, Sverige och Österrike. Genom ett särskilt arrange-

mang har EFTA-staterna och Finland bildat ett frihandelsområde, kallat FINEFTA.

EFTA-konventionen har till syfte

a) att främja en jämn ekonomisk expansion, full sysselsättning, ökad produktivitet och ett rationellt utnyttjande av tillgångar, finansiell stabilitet och fortlöpande förbättring av levnadsstandarden,

b) att säkerställa att handeln mellan medlemsstaterna äger rum under sunda konkurrensförhållanden,

c) att undvika väsentliga skiljaktigheter mellan medlemsstaterna i fråga om de villkor på vilka de kan erhålla tillgång till råvaror, som produceras inom sammanslutningens område och

d) att bidra till en harmonisk utveckling och expansion av världshandeln och till en gradvis avveckling av hindren för denna.

Syftet skall vinnas främst genom avveckling av in- och utförseltullar samt av kvantitativa in- och utförselrestriktioner mellan medlemsstaterna.

Enligt art. 10 och 11 får medlemsstaterna icke införa eller skärpa kvantitativa restriktioner med avseende å importen av varor från andra medlemsstaters områden eller införa eller skärpa förbud eller restriktioner med avseende å exporten till andra medlemsstater.

Enligt art. 12 skall förbuden mot att använda in- eller utförselrestriktioner dock icke hindra medlemsstaterna att besluta eller genomföra åtgärder, nödvändiga bl. a. för att skydda industriell äganderätt eller för att förhindra bedrägliga förfaranden för såvitt dylika åtgärder icke används såsom medel för godtycklig eller oberättigad diskriminering mellan medlemsstaterna eller till förtäckt begränsning av handeln mellan dessa.

Något samarbete mellan medlemsstaterna om en harmonisering av lagstiftningen mot otillbörlig konkurrens krävs inte av hänsyn till konventionens ändamål och någon bestämmelse om sådan harmonisering finns följaktligen inte. Däremot innehåller konventionen i överensstämmelse med den fastställda målsättningen i art. 15 regler om konkurrensbegränsningar, som tar sikte på att hindra att de fördelar, som följer av avlägsnandet av kvantitativa restriktioner och tull, elimineras genom monopol och andra konkurrensbegränsningar. Därjämte finns i art. 16 vissa regler avseende restriktioner i fråga om etablering och drift av ekonomiska företag.

EEC

Romfördraget den 25 mars 1957 om upprättande av Europeiska ekonomiska gemenskapen har slutits mellan Belgien, Frankrike, Italien, Luxemburg, Nederländerna och Förbundsrepubliken Tyskland.

Gemenskapens uppgift är att genom upprättande av en gemensam marknad och ett gradvis närmande av medlemsstaternas ekonomiska politik

främja en harmonisk utveckling på det ekonomiska livets område, en fortgående och balanserad expansion, en ökad stabilitet, en snabbare höjning av levnadsstandarden samt intimare relationer mellan de stater som är förenade i Gemenskapen. För förverkligande av de åt Gemenskapen anförtrodda uppgifterna svarar bl. a. ett råd och en kommission, vilka utövar de beslutande resp. verkställande funktionerna. Rådet kan fatta beslut antingen enhälligt eller med majoritet. I det senare fallet måste varje medlemsstat föga sig i flertalets beslut. Även kommissionen kan fatta för medlemsländerna bindande avgöranden.

Romfördraget innehåller några artiklar om harmonisering av lagstiftning. Sålunda kan rådet enligt art. 100 med enhällighet på kommissionens förslag utfärda direktiv för harmonisering av bestämmelser i medlemsstaternas lagar, förordningar och förvaltningsföreskrifter, som direkt berör den gemensamma marknadens funktion. Art. 101 behandlar det fallet, att en befintlig olikhet i medlemsstaternas lagar, förordningar och administrativa bestämmelser så påverkar konkurrensbetingelserna, att en snedrydning därigenom uppkommer. Kommissionen skall då upptaga spørgsmålet med berörda stater för att söka undanröja svårigheterna. Om en frivillig överenskommelse inte kan träffas, skall rådet på kommissionens förslag och med kvalificerad majoritet utfärda nödiga direktiv.

EEC-länderna strävar efter att åstadkomma gemensamma regler för industriellt rättsskydd. Tre expertgrupper har arbetat med patent, varumärke resp. mönster och modeller. Arbetet, som är inriktat på att utarbeta särskilda konventioner, har intet uttryckligt stöd i Romfördragets bestämmelser om harmonisering av lagstiftningen och de organ som ägnar sig åt dessa frågor torde vara formellt obundna av EEC-myndigheterna.

Ät Institut für ausländisches und internationales Patent-, Urheber- und Markenrecht vid Münchenuniversitetet har år 1962 uppdragits att företaga en jämförande undersökning av medlemsländernas lagstiftning och rättspraxis i fråga om otillbörlig konkurrens.¹ Undersökningen omfattar också vissa länder utanför EEC, däribland de nordiska länderna. Det material som framkommer skall bilda underlag för överväganden om huruvida och i vilken form gemensamma regler om otillbörlig konkurrens kan genomföras.

¹ Undersökningens resultat publiceras i fem band under rubriken *Das Recht des unlauteren Wettbewerbs in den Mitgliedsstaaten der EWG/EEC*. Hittills (juli 1966) har utkommit Band I: *Vergleichende Darstellung mit Vorschlägen zur Rechtsangleichung* och Band V: *Italien*.

KAPITEL II

UTREDNINGENS UPPDRAG OCH VERKSAMHET

I yttrande till statsrådsprotokollet för den 10 juni 1949, då beslut fattades om att tillkalla ett antal sakkunniga med uppdrag att verkställa utredning rörande revision av varumärkes- och firmalagstiftningen samt vad därmed ägde samband, anförde statsrådet och chefen för justitiedepartementet bl. a. följande.

En allmän komplettering av skyddet för kännetecken har numera kommit till stånd genom de år 1942 i lagen mot illojal konkurrens införda reglerna om illojal användning av kännetecken. Där avses alla slag av kännetecken — i lagtexten angivas namn, firma, varumärke, utstyrsel samt annat kännetecken — och skyddet gäller oberoende av registrering. Ur annan synpunkt är emellertid detta skydd ganska begränsat till sin räckvidd, vilket sammanhänger med att man här, liksom i övriga stadganden i lagen mot illojal konkurrens, inskränkt sig till att ingripa mot förfaranden av den svårartade natur, att de anses böra straffbeläggas. Redan under förarbetena till 1942 års lagändring framhölls å ena sidan, att genom denna komme att införas ett skydd för kännetecken, grundat på helt andra principer än varumärkes- och firmalagstiftningen, varigenom olägenheter kunna uppkomma, samt å andra sidan, att skyddet genom sin starka begränsning icke beredde tillräckligt omfattande möjligheter att ingripa mot illojala förfaranden. Därvid förordades från vissa håll att i Sverige liksom i flertalet andra länder skulle stadgas en s. k. generalklausul, d. v. s. en allmän regel om förbud mot konkurrenshandlingar i strid mot god affärssed. Denna betydelsefulla fråga torde nu böra upptagas till förnyat övervägande. Såväl i detta som i övriga sammanhang måste självfallet beaktas, att ur allmän synpunkt skadlig konkurrensbegränsning icke får befrämjas utan i stället såvitt möjligt motverkas.

Det är angeläget, att det tillämnade utredningsarbetet bedrives i samverkan med övriga nordiska länder. Därigenom kan en allsidigare och grundligare belysning av frågorna vinnas, och utsikter torde föreligga att i väsentliga delar uppnå likformighet i fråga om den lagstiftning, som utredningen avser. Med de livliga förbindelserna mellan de nordiska länderna skulle en sådan gemensam lagstiftning tydligen vara av praktiskt värde. Enligt vad jag inhämtat torde de danska, finska och norska regeringarna vara villiga att genom särskilda representanter upptaga gemensamma överläggningar med oss rörande revision av varumärkes- och firmalagstiftningen samt vad därmed äger samband.

År 1957 väcktes i riksdagen två likalydande motioner, I: 140 och II: 176, vari hemställdes,

att riksdagen måtte i skrivelse till Kungl. Maj:t hemställa om en översyn av lagen om illojal konkurrens i syfte att stävja sådana felaktiga upplysningar och uppenbara överdrifter, vilka står i uppenbar strid med god affärssed i reklamen, och

genom lagändring bidra till en vederhäftig konsumentupplysning och tillvaratagandet av konsumentintresset.

Efter att ha inhämtat yttrande från ett antal myndigheter och organisationer anförde andra lagutskottet följande (L²U 29).

Såsom framhållits i motionerna har reklamen under senare år undergått en omfattande och snabb utveckling. Den har i våra dagars samhälle kommit att spela en allt större roll för konsumentupplysningen. Utskottet vill instämma i motionärernas uttalande att reklamen inom näringslivet i stort sett visat sig fylla de anspråk på vederhäftighet och god upplysning, som man från konsumenternas sida har rätt att ställa på den. Det torde alltså med fog kunna påstås att den svenska reklamen i allmänhet står på relativt hög nivå.

Otvivelaktigt förekommer emellertid även mindre nogräknad, stundom direkt sanningslös eller eljest vilseledande reklam. I motionerna har framlagts vissa exempel på reklam av denna typ, avseende i samtliga fall prisangivelser. Det må emellertid framhållas — vilket även under remissbehandlingen påpekats — att ovederhäftig reklam inte är begränsad till prisangivelsernas område. Vilseledande och oriktiga uppgifter torde förekomma även när det gäller en varas ursprung, beskaffenhet och sammansättning samt i fråga om de olika beståndsdelarnas betydelse för varans bruksvärde. Det torde icke råda några delade meningar om att det både för konsumenterna och för det stora flertal näringsidkare, som vinnlägger sig om en i allo vederhäftig reklam, är av väsentligt intresse att reklam av ovan antytt slag i möjligaste mån stävjas.

Det har av både motionärerna och remissinstanserna understrukits att från näringslivets sida mycket gjorts för att komma till rätta med förevarande problem. Här må särskilt framhållas de nämnder som verkat inom näringslivet i syfte att sanera reklamen och vilka nyligen sammanslagits till en för hela riket gemensam Näringslivets Oponionsnämnd. Även den verksamhet som bedrivs av de nyligen bildade statens konsumentråd, statens institut för konsumentfrågor, statens pris- och kartellnämnd samt varudeklarationsnämnden torde vara ägnad att gagna en sund utveckling på detta område. Utskottet vill med instämmande i under remissbehandlingen framförda synpunkter framhålla önskvärheten av att strävandena att komma till rätta med olika former av avarter inom reklamen i första hand inriktas på en ytterligare effektivisering av konsumentupplysningen samt en frivillig opinionsbildning för sund reklam.

Som av den ovan i utlåtandet lämnade redogörelsen framgår finnes även möjligheter att med stöd av lagbestämmelser ingripa mot vissa allvarligare fall av oriktig eller eljest vilseledande reklam. Så kan bl. a. ske med tillämpning av lagen med vissa bestämmelser mot illojal konkurrens. Motionärerna hävdar att de möjligheter att stävja osund reklam, som denna lagstiftning erbjuder, i praktiken visat sig vara alltför begränsade och påyrkar därför en översyn av lagen i syfte att vidga möjligheterna att i konsumenternas intresse ingripa mot illojal reklam. En utväg vore härvid, uttalas i motionerna, att varumärkes- och firmautredningen finge utökade direktiv att ombesörja en sådan översyn.

Såsom motionärerna antytt är möjligheterna att ingripa mot ovederhäftig reklam med stöd av förenämnda lag i varje fall ur konsumentsynpunkt relativt begränsade. Frågan om en utvidgning av lagens tillämplighetsområde har emellertid i så måtto uppmärksamats att åt varumärkes- och firmautredningen, som har att verkställa utredning rörande revision av varumärkes- och firmalagstiftningen, även uppdragits att upptaga till övervägande frågan om införande av en s. k. generalklausul, d. v. s. en allmän regel om förbud mot konkurrenshandlingar i strid mot god affärssed. Utan att nu taga standpunkt till frågan huruvida en så långt-

gående utvidgning av lagens tillämplighetsområde, som motionärerna synes åsyfta, kan vara ur skilda synpunkter lämplig, vill utskottet förorda att de i motionerna framförda problemen blir föremål för övervägande i samband med en prövning av frågan om införande av en s. k. generalklausul. I anslutning till vad från såväl motionärernas som några remissinstansers sida framhållits vill utskottet betona att vid dessa överväganden en av utgångspunkterna givetvis bör vara att några inskränkningar icke utan tvingande skäl göres i en ur samhällets synpunkt önskvärd fri konkurrens. Utskottet får föreslå att riksdagen hos Kungl. Maj:t anhåller, att motionerna överlämnas till varumärkes- och firmautredningen att av densamma övervägas vid fullgörandet av dess uppdrag.

Riksdagen följde utskottets hemställan, rskr 270, varefter Kungl. Maj:t den 31 maj 1957 beslöt att överlämna motionerna jämte lagutskottets utlåtande till varumärkes- och firmautredningen att av utredningen övervägas vid fullgörandet av dess uppdrag.

År 1958 väcktes en motion, II: 247, vari hemställdes,

att riksdagen i skrivelse till Kungl. Maj:t måtte begära att en särskild utredning tillsättes för att verkställa en omprövning av lagen mot illojal konkurrens med sikte särskilt på frågan om eventuellt införande av en s. k. generalklausul.

Andra lagutskottet anförde, efter att ha erinrat om de tidigare två motionerna och deras behandling, följande (L²U 5).

De i motionerna avhandlade spörsmålen får betraktas såsom vittomfattande och svårlosta, och det måste därför enligt utskottets mening vara till fördel att de behandlas av en utredning, som sedan längre tid är sysselsatt med frågor av hithörande slag. Utskottet finner därför icke skäl föreligga att hemställa om en särskild utredning i ämnet. Emellertid delar utskottet motionärernas uppfattning, att översynen av lagen med vissa bestämmelser mot illojal konkurrens icke bör dröja alltför länge. Det synes därför önskvärt att varumärkes- och firmautredningen, när den nu slutfört sitt arbete på ny varumärkeslag, upptar spörsmålet om en översyn av lagstiftningen om illojal konkurrens med förtur vid övervägande av återstående utredningsfrågor.

Sedan riksdagen under åberopande av utskottets utlåtande som sin mening givit Kungl. Maj:t till känna vad utskottet anförut (rskr 149), beslöt Kungl. Maj:t den 18 april 1958 att riksdagens berörda skrivelse skulle överlämnas till varumärkes- och firmautredningen.

I ett den 2 september 1959 avgivet betänkande med förslag till lag om straff för varusmuggling m. m. (SOU 1959: 24) har såsom bilaga 1 intagits en av byrådirektören hos generaltullstyrelsen A. F. H. Alexandersson upprättad promemoria med förslag till lag om ändring av lagen den 4 juni 1913 angående förbud mot införsel till riket av varor med oriktig ursprungs-beteckning.

Genom beslut den 25 mars 1960 förordnade Kungl. Maj:t, att promemorian jämte däröver avgivna yttranden skulle överlämnas till varumärkes- och firmautredningen för att tagas i övervägande vid fullgörandet av utredningsuppdraget.

År 1960 väcktes en motion, II: 398, vari hemställes,

att riksdagen måtte i skrivelse till Kungl. Maj:t begära förslag om sådan ändring av lagen den 4 juni 1913 angående förbud mot införsel till riket av varor med oriktig ursprungsbeteckning, att tryckta publikationer undantages från den ifrågasvarande lagstiftningen.

Efter att ha inhämtat yttrande från generaltullstyrelsen anförde andra lagutskottet bl. a. följande (L²U 53).

Mot den gällande lagstiftningen om skydd mot illojal användning av ursprungsbeteckningar å handelsvaror har under senare år tungt vägande anmärkningar riktats. I en vid det år 1959 avgivna betänkandet med förslag till lag om straff för varusmuggling m. m. fogad promemoria har också understrukits, att det torde framstå som ett oavvisligt krav att bland annat lagen angående förbud mot införsel till riket av varor med oriktig ursprungsbeteckning underkastas en allmän översyn. Samma uppfattning har generaltullstyrelsen redovisat i sitt yttrande till utskottet över motionen.

Utskottet har inhämtat att ovannämnda promemoria överlämnats till varumärkes- och firmautredningen. Utredningens uppdrag har sedermera uppdelats på två utredningar, varav den ena har att undersöka frågan om en revision av lagstiftningen mot illojal konkurrens. Utskottet har jämväl erfarit, att sistnämnda utredning har för avsikt att verkställa en översyn av lagen angående förbud mot införsel till riket av varor med oriktig ursprungsbeteckning så snart en nordisk konferens i ämnet förevarit. Utskottet anser det lämpligt att det genom motionen aktualiserade spørsmålet göres till föremål för prövning i samband med denna översyn. Motionen bör därför överlämnas till utredningen om illojal konkurrens.

Riksdagen följde utskottets hemställan, rskr 359, varefter Kungl. Maj:t genom beslut den 25 november 1960 förordnade, att motionen skulle överlämnas till utredningen om illojal konkurrens.

I skrivelse den 12 april 1962 från handelsdepartementet till utredningen om illojal konkurrens anförde statssekreteraren i departementet följande.

I sitt betänkande »Konkurrens under samverkan. Förslag till handlingsprogram för textilindustrin» (SOU 1959: 42) har textilutredningen bl. a. berört vissa problem vid handeln med textilier sammanhängande med nu gällande ordning för tillfälliga utförsäljningar, speciella utförsäljningar samt säsongrealisationer.

Textilutredningen anför sammanfattningsvis att det är uppenbart, att de förhållanden, som nu råder i fråga om utförsäljningar av tillfällighetskaraktär, försvårar detaljhandelns möjlighet till en rationell inköpsplanering och att det med hänsyn härtill skulle vara av stor betydelse om en bättre ordning kunde åstadkommas när det gäller tillfälliga utförsäljningar. Vidare borde lagen om illojal konkurrens utformas så att det finns möjligheter att ingripa t. ex. när det gäller försäljningar som felaktigt betecknas som konkursrealisationer eller dylikt. Beträffande säsongrealisationerna menar utredningen att förhållandet att vissa länder har lagstiftning som reglerar tiderna för dylika realisationer kan medföra speciella problem för Sverige i samband med genomförandet av en friare västeuropeisk marknad, då Sverige saknar dylik lagstiftning.

Textilutredningen tar däremot icke ställning till vilka konkreta åtgärder som borde vidtagas på lagstiftningens område, eftersom olika aspekter på problemet vore föremål för utredning av dels 1958 års näringsrättssakkunnige dels varumärkes- och firmautredningen. Textilutredningen fann lämpligt att hithörande fråga behandlades i ett sammanhang och då av 1958 års näringsrättssakkunnige.

Tillfällighetsförsäljningarna, d. v. s. realisationer enligt näringsfrihetsförord-

ningens § 9 mom. 3, är främst en fråga om rätten att driva näring. Nämnda stad-
gande är föremål för översyn av 1958 års näringsrättssakkunnige. I den mån till-
fällighetsförsäljningar är förenade med vilseledande reklam skall däremot sådana
aspekter beaktas av utredningen om illojal konkurrens. Enär frågorna om otill-
börlig konkurrens i samband med speciella utförsäljningar och säsongrealisationer
torde omfattas av det uppdrag som lämnats sistnämnda utredning får handels-
departementet härmed för utredningens övervägande överlämna textilutredning-
ens betänkande jämte övrigt material berörande de nu aktuella konkurrensfrå-
gorna.

Då varumärkes- och firmautredningen började sitt arbete utsändes en-
käter angående nya varumärkes- och firmalagar. I samband härmed ställdes
också vissa frågor berörande en generalklausul mot otillbörlig konkurrens.
Inkomna svar sammanställdes och har beaktats under utredningsarbetet.

Med skrivelse den 22 oktober 1958 utsändes av varumärkes- och firmaut-
redningen till ett antal myndigheter och organisationer en av utredningens
expert Sten Tengelin utarbetad promemoria till ledning vid avgivande av
önskemål och synpunkter i fråga om ny lagstiftning mot otillbörlig konkur-
rens. Svar på skrivelsen inkom från följande myndigheter och organisationer.

Riksåklagarämbetet — som bifogat yttranden från dels statsåklagaren i
Stockholm med därvid fogade yttranden från cheferna för åtta av åklagar-
kammarna i Stockholm, dels statsåklagarna i Göteborg och Malmö, dels ock
föreningarna Sveriges Landsfogdar och Sveriges Stadsfiskaler — statens
sakrevision, ombudsmannaämbetet för näringsfrihetsfrågor, statens institut
för konsumentfrågor, statens konsumentråd, Sveriges Industriförbund — i
vars yttrande Kemisk-tekniska och Livsmedelsfabrikanters Förening in-
stämt — Läkemedelsindustriföreningen, Svenska Plastföreningen, Sveriges
Lantbruksförbund, Kooperativa Förbundet, Sveriges Hantverks- och Indu-
striorganisation — som bifogat yttranden från Bilverkstädernas Riksför-
bund, Svenska Fotografernas Förbund och Sveriges Urmakareförbund —
Sveriges Allmänna Exportförening, Sveriges Grossistförbund, Sveriges Köp-
mannaförbund, Sveriges Automobilhandlareförbund, Apotekarsocieteten,
Svenska Bankföreningen, Svenska Försäkringsbolags Riksförbund, Sveriges
Advokatsamfund, Svenska Patentombudsföreningen, Svenska Industriens
Patentingenjörers förening, Svenska Arbetsgivareföreningen, Landsorga-
nisationen i Sverige — som utan eget yttrande överlämnat yttrande av dess
utredningsavdelning — Tjänstemännens Centralorganisation, Stockholms
Handelskammare, Östergötlands och Södermanlands Handelskammare,
Smålands och Blekinge Handelskammare — som bifogat gemensamt ytt-
rande från Blekinge Köpmannaförbund, Jönköpings Läns Köpmannaför-
bund, Kalmar Läns Köpmannaförbund och Kronobergs Läns Köpmannaför-
bund — Skånes Handelskammare, Handelskammaren i Göteborg, Väster-
götlands och norra Hallands Handelskammare, Handelskammaren i Karl-
stad, Handelskammaren för Örebro och Västmanlands Län, Handelskam-

maren i Gefle, Västernorrlands och Jämtlands Läns Handelskammare, Svenska Försäljnings- och Reklamförbundet — till vars yttrande Annonsbyråernas Förening och Svenska Tidningsutgivareföreningen anslutit sig — Svenska Annonsörers Förening samt Föreningen Svensk Fackpress — som hänvisat till Svenska Försäljnings- och Reklamförbundets yttrande men gjort ett mindre tillägg.

Av svaren framgår att ett omfattande och grundligt arbete nedlagts på att tillföra utredningen synpunkter av betydelse för det fortsatta arbetet. Svaren sammanställdes inom utredningen efter sakinnehållet och har sedan övervägts vid utredningsarbetet.

Utredningen har uppfattat svaren på rundfrågan såsom preliminära i den meningen att de inte skall binda vederbörande vid remissbehandlingen av utredningens betänkande. Vid redogörelsen för svaren i de skilda kapitlen har utredningen därför inte angivit vem som avgivit dem.

Utredningen har uppdragit åt sin expert professor af Trolle att göra en undersökning avsedd att tjäna som underlag för en bedömning av behovet av lagstiftning mot vissa former av säljfrämjande metoder. Ändamålet med undersökningen var främst att beskriva de olika typer av säljfrämjande metoder, som kunde tänkas böra motverkas genom lagstiftning, att ge en ungefärlig uppfattning om de viktigaste diskutabla metodernas frekvens samt att bedöma de olika metodernas verkningar från synpunkter, som kunde vara av betydelse med hänsyn till en eventuell lagstiftning.

Undersökningen avlämnades till utredningen under våren 1961. Ett sammandrag av redogörelsen för undersökningen och dess resultat bifogas som *Bilaga 4*.

Sekreteraren i utredningen har på utredningens uppdrag överlagt med företrädare för organisationer och företag i syfte att erhålla ytterligare synpunkter utöver dem som framkommit vid rundfrågan på frågorna om yrkeshemligheter, tekniska förebilder och »know-how». Samtalen har redovisats i interna promemorior.

Utredningen har samverkat med docenten Ola Nyquist, Uppsala, vid insamlandet av rättsfallsmaterial till en kriminalrättslig undersökning om bestickning och tagande av muta. Rapport om undersökningen har i stencilerat skick överlämnats till utredningen.

Frågan om slavisk efterbildning såsom konkurrensåtgärd har vid flera tillfällen diskuterats med företrädare för mönsterskyddsutredningen. Önskemål och synpunkter på frågan har framförts till utredningen om illojal konkurrens av representanter för därav särskilt berörda företag och för deras organisationer.

Jur. kand. Olov Hertzman, Stockholm, har på utredningens uppdrag verkställt undersökningar om skyddet för företagshemligheter samt om bestickning och tagande av muta enligt tysk, schweizisk, fransk och engelsk rätt

ävensom om generalklausulen mot illojal konkurrens i tysk, österrikisk och schweizisk rätt.

Lagstiftningsarbetet har enligt givna direktiv bedrivits i samarbete med kommittéer i Danmark, Finland och Norge. Sammansättningen av de fyra kommittéerna och den yttre gången av det nordiska samarbetet har redovisats i skrivelsen till departementschefen.

Utgångspunkt för det nordiska samarbetet var nu gällande lagar i de nordiska länderna. Dessa lagar, som inte förberetts i nordiskt samarbete, företer tämligen väsentliga skiljaktigheter både i huvuddrag och i detaljer. Som resultat av samarbetet föreligger lagförslag, som i väsentliga avseenden överensstämmer. De fyra nordiska förslagen har ställts samman som parallelltexter i en till betänkandet fogad *Bilaga 1*.

KAPITEL III

VISSA ALLMÄNNA SYNPUNKTER

Termen otillbörlig eller illojal konkurrens är obestämd till sin innebörd. Den brukar användas som en sammanfattande beteckning på ett flertal sinsemellan olikartade handlingstyper, vilka har det gemensamt att de anses innefatta ohederliga eller eljest otillbörliga medel i konkurrensen i näringslivet. I länder, som samhällsekonomiskt bygger på marknadshushållning med konkurrens, har samhällsmakten funnit sig föranlåten att ställa rättsliga medel till förfogande för att söka stävja otillbörlig konkurrens. Men uppfattningarna om vad som skall anses som otillbörlig konkurrens har skiftat från land till land och från tid till annan.

Vid bedömningen av vad som skall anses som otillbörligt i konkurrensen kan man lägga tyngdpunkten antingen vid *näringsidkarnas* intressen eller vid *konsumenternas*. Under 1900-talets första årtionden beaktade man på kontinenten och i de nordiska länderna främst näringsidkarintressena. Särskilt gäller detta den tyska lagen från 1909, som var den viktigaste inspirationskällan till patentlagstiftningskommitténs 1915 framlagda förslag till lag om illojal konkurrens. Den första svenska lagen av 1919 innehöll endast stadganden, som inte mycket berörde konsumentintressen, nämligen mot missbruk av yrkeshemligheter och tekniska förebilder samt bestickning och tagande av muta. I samband med att stadganden mot vilseledande reklam och vissa gåvor infördes 1931 gjordes emellertid en avvägning av skilda intressen. Departementschefen framhöll att bestämmelsen om illojal reklam borde ges karaktären av ett lagbud, vilket inte så gott som enbart avsåg att skydda näringsidkare utan jämväl hade till ändamål att hindra att allmänheten blev vilseledd. Och till stadgandet om vissa gåvor gjorde departementschefen det uttalandet att man inte såsom föreslagits fick förbjuda presentgivning i fall, där något uppskörtande av allmänheten inte förelåg, och att det gällde att väl skilja mellan den otillbörliga och den för andra näringsidkare besvärande konkurrensen. Vid införandet av IKL beaktades alltså i inte ringa grad konsumentintressena.

Denna tendens till större hänsynstagande till konsumenterna finns också i den utomrättsliga normbildningen. Internationella Handelskammarens Grundregler för god reklam innehåller som första kapitel regler för konsumentens skydd. Som grundläggande princip anges bl. a. att reklamen har ett socialt ansvar gentemot konsumenten och att om vidtagna reklamåtgärder kommer i strid mot allmänhetens intressen skall först och främst allmänhetens intressen tillgodoses. I stadgarna för Näringslivets Opinions-

nämnd, vilken har att pröva inte bara reklamåtgärders utan också andra konkurrensåtgärders förenlighet med god affärssed, föreskrivs att hänsyn skall tagas till såväl konsument- som konkurrentintressen. Ett annat uttryck för att konsumenternas intressen beaktas i opinionnämndens verksamhet är att sedan 1963 inte bara näringslivsorganisationer utser ledamöter i nämnden utan också de stora löntagarorganisationerna LO, TCO och SACO samt Sveriges Husmodersföreningars Riksförbund och statens konsumentråd.

Enligt utredningens mening bör man vid revision av IKL ta hänsyn till både näringslivets och konsumenternas intressen. Näringslivet har behov av regler genom vilka ohederliga konkurrensåtgärder kan förhindras. Reglerna bör utformas så att konsumenterna skyddas mot för dem skadliga konkurrensmetoder. Särskilt gäller detta de rättsliga normerna för marknadsföringen. Reklam och andra marknadsföringsmetoder har i dagens samhälle så stor ekonomisk och social betydelse att det får sägas vara ett allmänt intresse att de fyller vissa etiska anspråk. Rättsliga normer, som möjliggör ingripande mot vilseledande eller på annat sätt ohederlig marknadsföring, är ett gemensamt intresse för näringslivet och konsumenterna och därmed också för samhället i stort.

Såsom nämnts har under IKL:s giltighetstid framvuxit ett *utomrättsligt normsystem*, främst manifesterat i Internationella Handelskammarens Grundregler för god reklam. Detta normsystem har i vårt land fått stor betydelse, främst till följd av att det handhas av ett organ, i vilket olika näringslivs- och konsumentintressen är allsidigt representerade, nämligen Näringslivets Opinionsnämnd. Tyngdpunkten har detta system i bedömningen av reklam och marknadsföringsåtgärder. Men också ärenden om efterbildning av andra näringsidkares produkter har prövats i nämnden. Åtskilliga ärenden har berört frågor om premiering av detaljhandelsanställda från producenters sida, vilka frågor kan ha en viss släktskap med vad som i IKL benämns bestickning.

Det utomrättsliga och det rättsliga normsystemet är båda medel att nå samma mål nämligen en god etisk standard på reklam och andra konkurrensåtgärder. Med det utomrättsliga normsystemet söker man på frivillig väg påverka handlingsmönstren i näringslivet i riktning mot detta mål. Det rättsliga normsystemet verkar liksom de allmänna straffrättsliga reglerna genom att det möjliggör ingripanden med av samhällsmakten garanterade sanktioner mot etiskt klandervärda förfaranden. Av vikt är därför att de båda normsystemen väl harmonierar med varandra, så att någon konflikt mellan dem inte uppstår. Enligt utredningens mening är det dock önskvärt att det utomrättsliga normsystemet liksom hittills ger möjlighet till ingripande i större omfattning än det rättsliga.

Ett uttryck för att allmänna intressen och konsumentintressen beaktas i vår tid är de *näringspolitiska strävandena till effektivare konkurrens i nä-*

ringslivet. Dessa strävanden är grundade på uppfattningen att en fri och obunden konkurrens är det bästa medlet till ekonomiskt framåtskridande. I KBL anges uttryckligen att dess syfte är att främja en ur allmän synpunkt önskvärd konkurrens i näringslivet.

Vid revision av IKL bör utgångspunkten vara denna allmänna ekonomiska syn på konkurrensfrågorna, »konkurrensklimatet», i Sverige. Detta har understrukits av statsmakterna vid ett par tillfällen. I de ursprungliga direktiven uttalade sålunda departementschefen att det självfallet måste beaktas, att ur allmän synpunkt skadlig konkurrensbegränsning inte fick befrämjas utan i stället så vitt möjligt borde motverkas. Och vid överlämnande av två motioner anförde riksdagens andra lagutskott att några inskränkningar inte utan tvingande skäl fick göras i en ur samhällets synpunkt önskvärd fri konkurrens.

En effektiv och »hård» konkurrens förutsätter emellertid ändamålsenliga rättsliga medel, som gör det möjligt att ingripa mot ohederliga och andra ur moralisk-etisk synpunkt förkastliga konkurrenshandlingar. Stadganden mot vilseledande reklam samt mot bestickning och tagande av muta, exempelvis, kan inte möta invändningar utifrån de värderingar som bär upp KBL. Vid utformning av stadganden om skydd för yrkeshemligheter och tekniska förebilder måste intresset av fri konkurrens beaktas. Och en generalklausul måste, om man anser att en sådan skall innefattas i lagstiftningen, ges sådan utformning, att den inte kan ge stöd åt ur allmän synpunkt inte önskvärda konkurrensbegränsningar.

En lag mot otillbörlig konkurrens bör vara helt »neutral» till frågan om näringslivets struktur och om olika produktions- och distributionsformers företräden ur ekonomisk synpunkt. Detta är i enlighet med svensk rätts tradition på näringsrättens område.

Enligt direktiven har utredningen att ta hänsyn till önskvärdheten av *nordisk likformighet* i fråga om lagstiftningen mot otillbörlig konkurrens. Sedan direktiven skrevs har bland annat genom EFTA-samarbetet handelshindren mellan de nordiska länderna minskats och utbytet av varor och tjänster tilltagit. Arbetskraftens rörlighet har också ökats. De nordiska länderna har börjat utvecklas mot en enda marknad snarare än som fyra separata marknader. Under sådana förhållanden framstår en större nordisk enhetlighet i nu ifrågavarande lagstiftning såsom än mer angelägen.

En såvitt möjligt likalydande lagstiftning mot otillbörlig konkurrens är emellertid inte tillräckligt. Minst lika viktigt är att denna lagstiftning tillämpas i huvudsak på samma sätt. En väg att åstadkomma detta vore att tillskapa någon sorts högsta rättsinstans för bedömning av dessa frågor. Att få till stånd en sådan inom överskådlig tid torde dock inte vara möjligt. Bland annat synes det förutsätta också en högsta enhetlig bedömning av konkurrensbegränsningsfrågor, vilket tiden inte ännu torde vara mogen för.

Det bör dock framhållas att på sistnämnda område ett fortlöpande utbyte av erfarenheter och synpunkter sker mellan de näringsfrihetsvårdande myndigheterna i de nordiska länderna.

Om det sålunda är svårt att åstadkomma en ordning, varigenom man direkt skulle kunna verka för en enhetlig praxis vid tillämpningen av lagar mot otillbörlig konkurrens, synes vissa möjligheter finnas för en större nordisk enhetlighet på det utomrättsliga planet. I Sverige faller den utomrättsliga prövningen på ett organ, Näringslivets Opinionsnämnd, som har en allsidig sammansättning, representerande näringslivet i dess helhet och konsumenterna. En majoritet i den danska kommittén har rekommenderat att det i Danmark på frivillig väg inrättats ett motsvarande organ med samma breda bakgrund och sakkunskap som den svenska opinionsnämnden. I Finland finns redan ett enhetligt organ, Centralhandelskammarens Opinionsnämnd, som har att avge utlåtanden om god affärssed, ehuru denna inte har lika allsidig sammansättning som den svenska. Den norska kommittén har framhållit att det vore en fördel om opinionsnämndsverksamheten i Norge kunde organiseras genom ett enhetligt organ, inte genom inbördes oavhängiga branschorganisationer. Kommittén jämför med förhållandena i Sverige och uttalar att man med en efter svenskt mönster organiserad nämnd skulle ha all möjlig garanti för att yttrandena avgavs på bred »samfunnsmässig» grundval.

Det torde kunna förutsättas att alla dessa befintliga och planerade organ vid prövningen av reklam kommer att stöda sig på Internationella Handelskammarens Grundregler för god reklam.

Om sålunda den utomrättsliga prövningen av reklam och andra konkurrensåtgärder enligt normen god affärssed i ett vart av de fyra länderna anförtros endast en allsidigt sammansatt opinionsnämnd, synes goda förutsättningar föreligga för ett utbyte av erfarenheter och synpunkter mellan dessa nämnder. Härigenom skulle man kunna verka för en likartad bedömning av frågorna i alla länderna. Det finns goda skäl att tro att en sådan samordnad bedömning också på längre sikt skulle påverka den rättsliga bedömningen.

Emellertid bör perspektivet numera dessutom vidgas utöver det nordiska till *ett större internationellt plan*. Enligt EFTA-avtalet fordras visserligen inte någon harmonisering av lagstiftningen på detta område, men en möjlig fortsatt integration inom EFTA eller någon vidare marknadsbildning kan komma att föranleda att ett närmande i lagstiftning och rättstillämpning ter sig naturligt. Det finns därför skäl att till att börja med söka undanröja nationella särdrag i lagstiftningen till förmån för en större internationell likformighet.

Vidare bör givetvis hänsyn tas till de förpliktelser som Sverige åtagit sig genom anslutning till internationella konventioner. Utredningens förslag bör

utformas så att såvitt gäller otillbörlig konkurrens och geografiska ursprungsbeteckningar anslutning till Lissabontexterna av Pariskonventionen och Madridöverenskommelsen kan ske.

Uppgiften att revidera lagstiftningen mot otillbörlig konkurrens kan *rättstekniskt* lösas på olika sätt. Straffrättskommittén framhöll i sitt 1940 avgivna betänkande med förslag till lagstiftning mot förmögenhetsbrott, att lagstiftningen mot illojal konkurrens mycket väl kunde tänkas inarbetad i strafflagen. Kommittén förordade att en sådan lösning övervägdes, när bestämmelserna om illojal konkurrens ansågs böra reformeras. Kommitténs förslag torde förklaras av att man funnit de materiella stadgandena i IKL, som alla var straffsanktionerade, grundade på samma etiskt-moraliska värderingar som vissa förmögenhetsbrott, exempelvis bedrägeri och annan oredlighet eller trolöshet mot huvudman.

Mot den av straffrättskommittén förordade lösningen talar emellertid flera omständigheter.

I de övriga nordiska länderna samt i de flesta andra länder med rätts-system liknande vårt finns särskilda lagar mot otillbörlig konkurrens. I Danmark och Finland har inte ifrågasatts annat än att dessa lagar skall behållas. Den norska kommittén, som haft att ta ställning till om lagen skall inarbetas i prisloven, har beslutat föreslå att lagen mot otillbörlig konkurrens bibehålls. En första förutsättning för formell nordisk likförmåighet är sålunda att man även i fortsättningen väljer denna lösning även i Sverige.

Internationellt sett torde det vara unikt att förfaranden av den typ det här är fråga om, alltså åtgärder i konkurrensen i näringslivet, som anses etiskt-moraliskt oförsvarliga, endast bekämpas med straffsanktion. Utredningen har ansett ett mer varierat sanktionssystem erforderligt. Därmed är en fullständig inarbetning i brottsbalken inte möjlig.

Utredningen har därför funnit sig böra föreslå att IKL ersätts av en ny fristående lag.

Syftet med en lag på detta område bör — såsom framgår av det föregående — vara att ge medel till ingripande mot konkurrensåtgärder, som enligt allmän etisk-moralisk värdering är förkastliga. Lagen bör i allmänhetens, näringslivets och samhällets intresse främja hederlighet och redlighet i konkurrensen. Vad den riktar sig mot uttrycks enligt utredningens uppfattning bättre med termen *otillbörlig konkurrens* än med termen *illojal konkurrens*.

Inom ramen för en lag mot otillbörlig konkurrens kan det angivna syftet nås på olika sätt. Såsom framgår av lagtextförslaget föreslår utredningen en förbudssanktionerad allmän bestämmelse, en förbuds- och straffsanktionerad bestämmelse mot vilseledande reklam m. m. samt straffstadganden mot företagsspioneri och missbruk av företagshemlighet m. m. och mot bestickning i näringsverksamhet m. m.

Tyngdpunkten i utredningens förslag ligger i stadgandet mot vilseledande reklam m. m. Avsikten är att man med stöd av detta skall kunna ingripa mot vilseledande meddelanden och andra framställningar i reklam, försäljning och annan avsättningsverksamhet samt i inköps- och liknande verksamhet. Erfarenheterna från svensk rättspraxis, från Näringslivets Opinionsnämnd samt från domstolar och opinionsnämnder utomlands visar att det övervägande flertalet av alla såsom otillbörliga bedömda förfaranden bestått av i ett eller annat avseende vilseledande framställningar.

Även de föreslagna stadgandena mot företagsspioneri och missbruk av företagshemlighet m. m. samt mot bestickning i näringsverksamhet m. m., vilka i högre grad än stadgandet mot vilseledande reklam m. m. rör förhållanden näringsidkare emellan, är väsentligt mer generellt utformade än motsvarande stadganden i gällande lag. De avses följaktligen täcka ett vidare fält av otillbörliga förfaranden.

Utredningens nu nämnda förslag karakteriseras av att de är mindre kasuistiska, mer allmänt hållna än närmast motsvarande regler i gällande lag. Man har nämligen ansett att alltför många och specificerade rekvisit kan ge anledning till godtyckliga resultat på så sätt att mer förkastliga förfaranden formellt går fria medan mindre klandervärda handlingar faller under lagen. En utveckling i riktning mot mer allmänt hållna stadganden är i linje med utvecklingen under de senaste decennierna inom lagstiftningen i övrigt, även straffrätten. Ytterst torde detta bero på att samhället blivit mer komplicerat med fler variationer av etiskt icke godtagbara handlingar som följd. Materiellt tillfredsställande resultat kan under sådana förhållanden bäst nås genom att man utformar mer generella stadganden och därigenom inom tämligen vida ramar bereder större utrymme för domstolarnas skön.

Utredningen har övervägt särskilda stadganden om olika slag av marknadsföringsmetoder — exempelvis tilläggserbjudanden, utförsäljningar, realisationer — och om utnyttjande av annan näringsverksamhet — exempelvis otillbörlig efterbildning av produkter eller otillbörligt utnyttjande av annans renommé — men stannat för att inte föreslå stadganden härom. Det allra mesta av det som utredningen här funnit klandervärt kan angripas med stöd av stadgandet mot vilseledande reklam eller andra lagar och förordningar. Men det finns vissa fall av otillbörligt utformade marknadsföringsmetoder, som inte är åtkomliga på angivet sätt. Detsamma gäller några undantagsfall av otillbörligt utnyttjande av annans näringsverksamhet. För dessa fall föreslår utredningen möjlighet till ingripande genom en tämligen allmänt utformad bestämmelse, en generalklausul, i lagen om otillbörlig konkurrens.

Enligt utredningens uppfattning borde principiellt sett det allmänna stadgandet i lagen placeras efter specialstadgandena. Det har emellertid varit ett starkt önskemål från de övriga nordiska ländernas sida att den svenska

generalklausulen liksom de danska, finska och norska placeras först i förslaget. Utredningen har ansett sig böra tillmötesgå detta önskemål.

Sett från svensk synpunkt skulle den naturligaste *konstruktionen av lagen* vara att i omedelbar anslutning till de materiella stadgandena ange påföljderna för överträdelse. Detta skulle vara i överensstämmelse med sådana svenska lagar, som i huvudsak endast omfattar beskrivningar av otillåtna förfaranden. De danska, finska och norska kommittéerna har emellertid önskat att man i det svenska lagförslaget liksom i de övriga nordiska lagförslagen skulle placera sanktionsbestämmelserna tillsammans med processuella och liknande föreskrifter i en särskild avdelning efter de materiella reglerna. Utredningen har funnit att intresset av nordisk enighet bör väga tyngre än svensk lagstiftningstradition och efterkommit också detta önskemål.

Utredningsarbetet har bedrivits i den ordningen att man först behandlat frågorna om särskilda stadganden om vilseledande reklam m. m., om företagsspioneri och missbruk av företagshemlighet m. m. samt om bestickning i näringsverksamhet m. m. Därefter har man bedömt andra typfall av konkurrensåtgärder, för vilka särskilda lagstiftningsåtgärder kunde ifrågasättas. I samband därmed har man tagit slutlig ställning till frågan om generalklausulen. Utredningen har ansett det mest ändamålsenligt att i detta betänkande redovisa överbägandena i samma ordning, trots att paragrafernas ordningsföljd i lagförslaget är en annan. Här följer alltså närmast tre kapitel med motiv till de särskilda stadganden, som utredningen föreslår (2—5 §§). I ett sjunde kapitel redovisas överbägandena beträffande andra typfall samt generalklausulen (1 §). Härefter behandlas i åttonde kapitlet den särskilda frågan om oriktiga geografiska ursprungsbeteckningar. I nionde kapitlet finns motiv till sanktionsbestämmelserna och därtill anknutna stadganden (6—13 §§).

KAPITEL IV

VILSELEDANDE REKLAM M. M.

Gällande svensk rätt

IKL

1 § IKL har rubriken »Illojal reklam» och lyder.

Den, som i utövning av näringsverksamhet genom meddelande å vara, anslag eller skylt eller i annons, cirkulär, prospekt eller priskurant eller genom annat för ett större antal personer avsett meddelande i uppenbar strid mot god affärssed angående verksamheten eller däri utbudna varor eller prestationer lämnar oriktig uppgift, ägnad att framkalla uppfattningen om ett fördelaktigt anbud, straffes, där han haft eller bort hava vetskap om uppgiftens oriktighet, för illojal reklam med dagsböter eller, där omständigheterna äro synnerligen försvårande, med fängelse i högst ett år; ersätta ock uppkommen skada.

Lag samma vare om den, som är anställd i eller eljest arbetar för annans näringsverksamhet och därvid självständigt bedriver reklam, som i första stycket sägs.

Till meddelande hänföres enligt denna paragraf jämväl framställning i bild eller genom annan särskild anordning.

Gärningsman vid illojal reklam kan enligt första stycket vara endast näringsidkare, den som utövar näringsverksamhet (prop. 1931: 175 s. 19). Med näringsverksamhet förstås enligt 10 § varje huvudsakligen på ekonomisk vinst för dess utövare riktad yrkesmässig verksamhet.

Jämlikt andra stycket, som tillkom på förslag av två ledamöter av lagrådet, kan även den som är anställd i eller eljest arbetar för annans näringsverksamhet och därvid självständigt bedriver reklam vara gärningsman (prop. 1931: 175 s. 47, 58).¹

De allmänna delaktighetsreglerna i strafflagen ansågs »med hänsyn till brottets egenartade natur» icke böra vara tillämpliga (prop. 1931: 175 s. 47, 51, 58).

Att blott mera offentlig sanningslös reklam åsyftas är uttryckt därigenom att stadgandet avser endast uppgift i meddelande, avsett för ett större antal personer. Andra exempel än de i lagtexten särskilt nämnda är meddelanden i allmänt tillgängliga årsberättelser över bolags eller andra affärers verksamhet, i matsedlar eller vinlistor å restauranter osv. Även på muntliga

¹ Som exempel nämnde de två lagrådsledamöterna föreståndare för en filial belägen på annan ort än huvudaffären och agent för utländsk grosshandlare eller fabrikant. Lagrådets övriga två ledamöter ville stadga ansvar allenast för — utöver näringsidkare — sådan föreståndare som nämnts och agent för utländsk näringsidkare.

meddelanden kan lagen undantagsvis bli tillämplig, såsom vid varors utropande å auktioner eller av gatuförsäljare (prop. 1931: 175 s. 20).

Till meddelande hänförs jämlikt tredje stycket även framställning i bild eller genom annan särskild anordning. Som exempel på framställningar i bild nämns att en affärsman saluför varor med avbildningar av utställningsmedaljer, som icke erhållits för dessa varor, eller att han för tillverkningar av imiterat djurskinn använder reklamlappar med avbildningar av ifrågavarande djur. Exempel på »andra särskilda anordningar» föreligger om en affärsman innanför sitt skyltfönster med maskingjorda mattor låter en person knyta mattor för hand. Ett annat exempel är att en handlande på en vid en vara häftad prislapp anger ett högre och ett lägre pris med det högre priset överstruket, oaktat varan aldrig betingat detta högre pris. Stadgandet kan också komma till användning på ett tillkännagivande, som om det noga skärskådas i sin helhet inte är vilseledande, men där ett eller annat ord finns återgivet med så liten stil eller eljest så otydligt att det ej utan särskild uppmärksamhet observeras, och återstoden av tillkännagivandet härigenom får en annan, oriktig innebörd. Som exempel på sådant förfarande kan tänkas att någon kungör försäljning av »imiterade persiska mattor» samt anger »imiterade» med minimala bokstäver och måhända i förkortad form, under det att ordet »persiska» framhävs mycket kraftigt (1915 års betänkande s. 128).

Genom lagtextens uttryck »uppgift» utesluts från paragrafens tillämplighetsområde ett rent subjektivt uttalande, som ej kan till sin riktighet eller oriktighet objektivt kontrolleras. Av särskild betydelse är detta vid åberopande av intyg innefattande någons personliga omdöme angående en vara eller yrkesprestation, t. ex. rörande ett munvattens angenäma arom. Däremot kan lagen bli tillämplig i fråga om åberopande av en analys angående samma munvattens antiseptiska egenskaper. Givetvis är det alltid uttalandets innebörd, ej dess form, som är avgörande (prop. 1931: 175 s. 21). I intygsfallen måste den som åberopar intyget anses lämna den i intyget förekommande uppgiften (1915 års betänkande s. 104).

Den omständigheten att uppgiften innefattas i ett registrerat varumärke eller en registrerad firma utgör inte hinder för lagens tillämpning (prop. 1931: 175 s. 21).

En oriktig uppgift angående vilken som helst omständighet, som står i någon relation till verksamheten i fråga, kan, om övriga i paragrafen nämnda förutsättningar är givna, föranleda dennas tillämpning (1915 års betänkande s. 107). Den enda begränsningen är att uppgiften skall avse den egna verksamheten eller däri utbudna varor eller prestationer.

Inte varje oriktig uppgift i dessa avseenden omfattas av stadgandet utan blott sådan, som är ägnad att framkalla uppfattningen om ett fördelaktigt anbud. Lagen är ej avsedd att vara tillämplig på sådana inom affärsvärlden ofta förekommande överdrifter, som inte brukar tagas bokstavligt, t. ex.

sådana superlativa uttryck som »prima varor», »förstklassigt arbete», »oöverträfflig», »extrafin», »outslitlig», »billigaste pris», »största lager» eller andra uppenbara överdrifter. Detta gäller dock med vissa modifikationer. Om varor, som utbjuds såsom »bästa» eller »till billigaste pris», rent av är underhålliga resp. dyra ställer sig saken annorlunda. Detsamma är fallet om ordet »prima» används i fråga om en bestämd varusort, beträffande vilken det gäller som en verklig kvalitetsbeteckning (1915 års betänkande s. 117).¹

Är den lämnade uppgiften osann, utesluts inte lagens tillämplighet därav att exempelvis ett försäljningsanbud verkligen, fast på annan grund än den angivna, är gynnsamt i något visst hänseende eller kanske t. o. m. i sin helhet betraktat. Utbjuder en affärsman sidenvaror, tillverkade annorstädes än i Lyon, såsom Lyonsiden, kan alltså lagen komma till användning även om varorna är fullt ut lika goda som de vilka brukar erhållas från Lyon. Uppger någon oriktig anledning till en realisation, exempelvis inträffad konkurs, gäller detsamma hur avsevärt priserna än må vara nedsatta. Enahanda är fallet, om någon utger ett tyg av halvulle för att vara helylle eller saluhåller choklad i paket med för högt angiven vikt, men det betingade priset kan betecknas som lågt jämväl för den faktiskt saluförda varan (1915 års betänkande s. 118).

Handlingen skall vara begången »i uppenbar strid mot god affärssed». Detta rekvisit tillfogades av departementschefen, som därmed ville ge uttryck åt den för lagstiftningen mot den illojala konkurrensen grundläggande principen. Genom detta tillägg avskiljs från lagrummets tillämplighetsområde än tydligare sådana inom affärsvärlden ofta förekommande överdrifter vid berömmande av en vara eller yrkesprestation, varpå kommittén gett exempel, och väl även en del fall, som kommerskollegium syftat på i ett remissutlåtande, där det talas om »fall, då en meddelad oriktig uppgift endast i mindre mån vore ägnad att vilseleda och verka lockande» (prop 1931: 175 s. 25).

Illojal reklam är ett farebrott. För att stadgandet skall vara tillämpligt fordras inte bevisning om att någon verkligen blivit vilseledd eller förmått till handling eller underlåtenhet genom den oriktiga uppgiften. Det är nog, att uppgiften varit ägnad att vilseleda, att sålunda fara för vilseledande förelagat (1915 års betänkande s. 119).

I fråga om de subjektiva betingelserna för ådömande av påföljd jämlikt 1 § IKL innehåller lagen ingen annan föreskrift än att gärningsmannen kan straffas »där han haft eller bort hava vetskap om uppgiftens oriktighet». Att gärningsmannen svävat i villfarelse beträffande den lämnade uppgif-

¹ Kommitténs förslag uttryckte uppgiftens vilseledande karaktär med »och är uppgiften ägnad att med omförmälda näringsverksamhet, dess varor eller yrkesprestationer förbinda uppfattningen om något i ett eller annat hänseende gynnsamt». Jfr om kvalitetsbeteckning NJA 1957 s. 188, som redovisas i rättsfallsöversikten nedan.

tens oriktighet friar honom sålunda inte från ansvar, då villfarelsen varit ousäktlig. Om villfarelsen däremot varit ursäktlig, dvs. om det ej anses ha kunnat fordras av honom att han bort ha vetskap om uppgiftens oriktighet, går han fri från påföljd (jfr prop. 1931: 175 s. 25).

Påföljden för överträdelse av 1 § IKL är straff. Brott mot paragrafen kan medföra skyldighet att gälda skadestånd.

Straffet är dagsböter eller, där omständigheterna är synnerligen försvårande, fängelse i högst ett år. Jämlikt 35 kap. 1 § BrB må påföljd ej ådömas, med mindre den misstänkte erhållit del av åtal för brottet inom två år.

Endast för de fall, att förutsättningarna för ådömande av straff föreligger, kan skadestånd utdömas. Däremot fordras inte att straff verkligen utkrävs, utan det står vederbörande fritt att endast begära skadestånd (1915 års betänkande s. 126). En ytterligare förutsättning för utdömande av skadestånd är att skada visas föreligga. I fråga om skadans belopp har numera en viss bevislätnad införts genom 35 kap. 5 § RB. Enligt denna regel äger domstol, då fråga är om uppskattning av inträffad skada och full bevisning därom inte alls eller allenast med svårighet kan föras, uppskatta skadan till skäligt belopp. Den, som vill fordra skadestånd enligt IKL, skall jämlikt 13 § inom två år från den dag, då skadan timade, anhängiggöra sin talan hos domstol.

Allmän åklagare må jämlikt 11 § andra stycket IKL väcka talan om ansvar för illojal reklam. Åklagarens åtalsrätt är inte beroende av angivelse. Berättigad att föra talan är också, enligt 11 § första stycket 1), varje näringsidkare inom samma eller likartad bransch, så ock utom beträffande skadestånd, varje sammanslutning för främjande av yrkesintressen, såframt näringsidkare, varom nu nämnts, är företrädde inom sammanslutningen och denna äger att kära inför domstol. Denna målsägandetalan är numera, såvitt angår ansvar, subsidiär. Målsägande må nämligen, jämlikt 20 kap. 8 § RB, ej väcka åtal för brott, som hör under allmänt åtal, med mindre han angivit brottet och åklagaren beslutat, att åtal ej skall äga rum (NJA 1954 s. 113).

Av åtalsreglerna framgår att enskild kund, som tilläventyrs låtit sig vilseleda genom reklam, inte är att betrakta som målsägande och följaktligen inte berättigad att föra talan om ansvar eller skadestånd enligt 1 § IKL (1915 års betänkande s. 130). Skadestånd till enskild kund kan ej utdömas med stöd av 1 § IKL (jfr 1915 års betänkande s. 134).

Andra lagbestämmelser

Om reklam eller annat kommersiellt meddelande inte bara föranlett fara för vilseledande utan någon verklig medelst vilseledande förmåtts till handling eller underlåtenhet, blir 9 kap. BrB tillämpligt. Innebär handlingen vinning för gärningsmannen och skada för den vilseledde eller någon i vars ställe denne är, kan jämlikt 9 kap. 1, 2 eller 3 § BrB dömas för bedrägeri,

bedrägligt beteende eller grovt bedrägeri. Med stöd av dessa stadganden kan givetvis även skadestånd utdömas. Av förarbetena till IKL framgår att en och samma handling antas kunna utgöra såväl illojal reklam som fullbordat bedrägeribrott (jfr 1915 års betänkande s. 134). För försök eller förberedelse till bedrägeri eller grovt bedrägeri döms jämlikt 9 kap. 11 § BrB till ansvar enligt vad i 23 kap. BrB stadgas.

Innebär handlingen inte förmögenhetsöverföring, alltså vinning och skada på sätt som beskrivs i 9 kap. 1 § BrB, kan 9 kap. 8 § BrB träda i funktion. Detta stadgande lyder.

Den som, i annat fall än förut i detta kapitel är sagt, förfar oredligt i det han medelst vilseledande förmår någon till handling eller underlåtenhet och därigenom skadar den vilseledd eller någon i vars ställe denne är, dömes för *oredligt förfarande* till böter eller fängelse i högst två år. Ändå att skada ej uppkommer, skall dömas för oredligt förfarande, om vilseledandet sker i utövning av yrke eller näring och avser beskaffenhet, myckenhet eller ursprung av något som tillhandahålles mot vederlag.¹

Detta stadgande skiljer sig alltså från 1 § IKL bl. a. därigenom att det för sin tillämpning förutsätter att någon verkligen blivit vilseledd och förmått till en disposition. Uppkommer därvid skada kan första punkten tillämpas. Om skada ej visas kan, under de förutsättningar i övrigt som lagrummet anger, andra punkten tillämpas. Av stadgandet framgår att endast första punkten kan läggas till grund för ett skadeståndsyrkande.

Ett par med illojal reklam besläktade brott behandlas i 9 kap. 9 § BrB. Enligt första stycket kan den som offentliggör eller eljest bland allmänheten sprider vilseledande uppgift för att påverka priset på vara, värdepapper eller annan egendom dömas för svindleri. För svindleri kan enligt andra stycket även den dömas, som medverkar vid bildande av aktiebolag eller annat företag eller på grund av sin ställning bör äga särskild kännedom om ett företag och som uppsåtligt eller av grov oaktsamhet offentliggör eller eljest bland allmänheten eller företagets intressenter sprider vilseledande uppgift ägnad att påverka bedömandet av företaget i ekonomiskt hänseende och därigenom medföra skada.

1 § IKL avser, som nämnts, endast uppgifter om egna förhållanden. Här redovisade stadganden i BrB kan — med undantag av 9 kap. 8 § andra punkten och 9 kap. 9 § andra stycket — avse uppgifter om såväl egna som andras förhållanden. I kommersiella sammanhang lämnade uppgifter om andras förhållanden kan under vissa omständigheter vara att bedöma som ärekränkning. Av intresse i detta sammanhang var de fram till den 1 januari 1965 gällande stadgandena i 16 kap. 8 och 9 §§ SL. Enligt 8 § straffades den som emot annan av arghet utsatte eller fortspred rykte om gärning eller

¹ 9 kap. 8 § andra punkten BrB — tidigare 21 kap. 7 § andra punkten SL — torde ha tillkommit i anledning av rättsfallet NJA 1938 s. 193, där de tilltalade ej kunde dömas till ansvar för bedrägeri, eftersom skada ej visats, eller för illojal reklam, eftersom påtalade uppgifter ej lämnats i meddelande, avsett för ett större antal personer.

last, som ej var straffbar efter lag men eljest var menlig för hans ära, goda namn och medborgerliga anseende, yrke, näring eller fortkomst. Enligt 9 § straffades i vissa fall den som förolämpade annan med smädligt yttrande i tal och skrift eller med hotelse eller annan gärning, som var missfirmig.

Dessa stadganden har utan framgång åberopats mot en person, som i brev om en skeppsmäklare påstod att denne arbetade med socialistiska stuvare (NJA 1911 s. 263) samt mot en person, som om en handlande spritt ett rykte att denne var på ekonomiskt obestånd och färdig att göra konkurs (NJA 1910 s. 130). 16 kap. 8 § SL tillämpades däremot av underrätterna vid fällande dom mot en handlande, som om en konkurrent utspritt rykte om att denne salufört charkuterivaror, tillverkade av kött från en tuberkulös ko; högsta domstolen tillämpade emellertid 16 kap. 7 § SL (NJA 1936 s. 189). Såväl ansvar som skadestånd har ådömts med stöd av 16 kap. 9 § SL för uppgifter i cirkulärskrivelse om en nystartad handelsfirma att nödiga förutsättningar för nyetableringens bärighet, vederbörandes kvalifikationer och ekonomi samt andra förutsättningar för verksamheten icke förefanns (NJA 1936 s. 614) samt för påståenden i en annan cirkulärskrivelse att en motorcykelhandlare falskeligen och lögnaktigt uppgivit sig som importör av vissa motorcykelmärken för att få importlicens och såsom innehavare av importlicens för att få generalagenturer (NJA 1950 s. 250). En fastighetsmäklare, som i ett cirkulärbrev lämnat i huvudsak riktiga upplysningar om att en annan fastighetsmäklare ett antal år tidigare straffats för brott upprepade gånger, häktats och tilldelats flera varningar för lösdriveri, har dömts till ansvar jämlikt 16 kap. 9 § SL och förpliktats utge skadestånd (NJA 1950 s. 94). Att i ett tidningsfönster utställa ett litet bröd och ett meddelande om var det köpts och om det förhållandevis höga priset har bedömts som ärekränkning enligt 16 kap. 9 § SL och föranlett ansvar och skadestånd (NJA 1910 s. 184).

I BrB:s ärekränkingskapitel finns inte något stadgande, som direkt är inriktat på kommersiella förhållanden. Enligt 5 kap. 1 eller 2 § BrB kan den som utpekar någon som brottslig eller klandervärd i sitt levnadssätt eller eljest lämnar uppgift som är ägnad att utsätta denne för andras missaktning dömas för förtal eller grovt förtal. Intressekollisioner löses i andra stycket av 1 §, enligt vilket ej skall dömas till ansvar om vederbörande var skyldig att uttala sig eller det eljest med hänsyn till omständigheterna var försvarligt att lämna uppgift i saken och vederbörande visar att uppgiften var sann eller att han hade skäligen grund för den. Den som smädar annan genom kränkande tillmäle eller beskyllning eller genom annat skymfligt beteende mot honom kan jämlikt 5 kap. 3 § BrB dömas för förolämpning.

I skilda lagar och författningar — exempelvis varumärkeslagen, livsmedelsstadgan, läkemedelsförordningen samt lagarna om behörighet att utöva läkar- och tandläkaryrkena — finns bestämmelser som syftar till att förhindra oriktiga eller vilseledande uppgifter till allmänheten.

Mot oriktiga geografiska ursprungsbeteckningar kan ingripande ske dels enligt lagen den 4 juni 1913 angående förbud mot införsel till riket av varor med oriktig ursprungsbeteckning, dels enligt lagen den 9 oktober 1914 angående förbud i vissa fall mot varors förseende med oriktig ursprungsbeteckning och saluhållande av oriktigt märkta varor. Dessa båda lagar behandlas i kap. VIII.

1 § IKL i rättstillämpningen

Under utredningsarbetet torde alla viktigare rättsfall, i vilka 1 § IKL åberopats, ha blivit kända för utredningen. För att i någon mån belysa hur domstolar tolkat stadgandet skall, utan anspråk på fullständighet, några rättsfall i korthet redovisas.

Ansvar har ådömts för vissa skyltar och reklamkort, som ansetts innefatta oriktig uppgift om kompetens att utföra tjänst.

Ett par personer, som icke var legitimerade tandläkare, åtalades i skilda mål för illojal reklam. Mot den ene åberopades att han haft skyltar med texterna »Tandklinik», »Vasa klinik, billig tandvård, lagningar av tänder, röntgen» och »Vasa tandklinik, leg. tandläkare» samt reklamkort med texten »Tandkliniken, plombering, tanduttagning med bedövning, leg. tandläkare, 20-årig praktik». Mot den andre åberopades skyltar med texterna »Guldbryggor, stiftänder, plombering». Båda dömdes till ansvar, förutom för obehörigt utövande av tandläkarkonsten, för illojal reklam (NJA 1940 s. 158).

I ett annat fall, avseende kompetens att utföra tjänst, har vederbörande frikännts, troligen beroende på att lämnad uppgift inte befunnits oriktig.

En optiker åtalades för att han på anslag och reklamkort angivit att vetenskaplig undersökning av ögon utfördes kostnadsfritt av specialister. Optikern åberopade till sitt försvar att han och hans personal undergått viss kvalificerad optikerutbildning i Tyskland. Domstolarna fann uppgifterna icke vara av beskaffenhet att för optikern böra föranleda ansvar för illojal reklam. Ett justitieråd ville dock fälla till ansvar under åberopande av att uppgifterna måste anses ägnade att ingiva allmänheten den felaktiga föreställningen att de personer som verkställde undersökningarna ägde sådan kunskap om ögat och dess funktioner som var grundad på en verkligt vetenskaplig utbildning på området (NJA 1935 s. 593).¹

En annan frikännande dom har grundats på att det påtalade förfarandet inte ansetts stå i uppenbar strid mot god affärssed.

En försäljningschef åtalades för att han i en annons, avseende försäljning av pälsar utbjudit »en utsökt vacker modell i helpersian av utvalda skinn av högsta kvalitet . . . kr 1 450:—», oaktat helpersianpälsar av angiven kvalitet i detaljhandeln betingade ett pris av minst 5 000 kronor. Underrätten fann att uttrycket »utvalda skinn av högsta kvalitet» borde så förstås att skinnen dels utvalts och dels var av högsta kvalitet samt att vad som sagts om skinnens utväljande icke kunde läggas vederbörande till last och ej innebar någon skärpning av uttalandet om kvaliteten. Vid bedömning av uttrycket högsta kvalitet fäste rätten avseende vid att några fasta eller allmänt vedertagna kvalitetsbeteckningar icke fanns inom pälsvarubranschen. Uttrycket kunde därför inte uppfattas såsom någon utfästelse

¹ Rättsfallet kommenterat av Eberstein i SvJT 1945 s. 526.

om viss kvalitet utan såsom ett allmänt lovordande värdeomdöme, vilket visserligen var i betänkelig grad överdrivet men vilket ändå inte med hänsyn till övrigt ordval i annonstexten och till den sekundära platsen i annonsen kunde anses ägnat att i någon högre grad verka vilseledande eller lockande. Under hänvisning härtill fann underrätten meddelandet i annonsen icke stå i uppenbar strid mot god affärssed och lämnade åtalet utan bifall. Domen fastställdes av hovrätt och högsta domstolen. Två justitieråd ville döma till ansvar och anförde därvid i huvudsak: Utredningen gav vid handen att pälsarna var tillverkade av skinn av knappt medelgod kvalitet. Uppgiften om högsta kvalitet, vilken förstärktes av tillägget »utvalda skinn», var alltså oriktig. Trots att fasta eller allmänt vedertagna kvalitetsbeteckningar saknades inom branschen var uttrycket ägnat att vilseleda köparna, särskilt som det var fråga om ett varuslag, beträffande vilket köparna i allmänhet hade små möjligheter att själva bedöma kvaliteten. Uttrycket befanns därför, oavsett om pälsarna var värda det angivna priset, stå i uppenbar strid mot god affärssed (NJA 1957 s. 188).

Bland fällande domar märks ett flertal avseende oriktiga uppgifter om konkursrealisation, total utförsäljning, fabrikspriser o. dyl.

En köpman dömdes till ansvar för att han i en annons angivit försäljning av honom tillhöriga varor såsom konkursrealisation (SvJT 1935 rf. s. 78).

En delägare i ett dödsbo ådömdes ansvar dels för att han haft en skylt med texten »Total utförsäljning», oaktat i rörelsen i stor omfattning saluförts varor, som i kommission tillhandahållits boet av annat företag, dels ock för att förutvarande pris angivits oriktigt på några utbudna kostymer (SvJT 1944 rf. s. 47).

En köpman åtalades för en annons enligt vilken »— — — Fabrikernas Direktförsäljning håller ovanligt låga priser — — — detta tack vare små omkostnader och inga mellanhänder». Av utredningen framgick att av den uppgivna omsättningen under ett år mer än hälften belöpt på möbler, vilka inköpts i fast räkning från andra tillverkare. Hovrätt fann uppgiften »inga mellanhänder» oriktig och dömdes till ansvar (SvJT 1944 rf. s. 86; God affärssed och illojal konkurrens rf. 29).

En fabrikör åtalades för en annons, undertecknad »Smålands Möbelindustri», i vilken möbler erbjöds allmänheten »till fabrikspriser». Utredningen visade att Smålands Möbelindustri icke hade egen fabrikation. Hovrätt fann att fabrikören, oavsett om de av honom tillämpade priserna varit likvärdiga med fabrikspriser, var förvunnen till ansvar för illojal reklam (Hovrättens över Skåne och Blekinge dom nr I: 338/1960; NOP 1959 rf. 41).

Ett par personer åtalades för ett reklamcirkulär, vars framsida helt dominerades av huvudrubriken »Konkurs-REA», tryckt med fetstil i mycket stor stilgrad, men som även innehöll, sammankomponerat med huvudrubriken, ett »Meddelande», så lydande: »Genom anbud har inköpts en större grossistfirmas konkurslager, bestående av husgeråd, borstar, penslar, sportartiklar m. m., vilket tillsammans med stora fabriksposter nyinköpta varor, bortsäljes till verkliga sensationspriser!» Underrätt ansåg med hänsyn till reklambroschyrens typografiska utformning att huvudrubriken, trots förtydligandet i meddelandet, varit ägnad att ingiva allmänheten den föreställningen att försäljningen i dess helhet avsåg konkursvarulager och verkställdes av konkursboet eller för dess räkning. Broschyren hade enligt rätten härutinnan varit vilseledande i sådan grad, att den fick anses som oriktig. Ansvar ådömdes för illojal reklam (Rådhusrätten i Malmö Avd. VI, rotel 2, dom nr 240/1960; NOP 1960 rf. 33).

Exempel finns också på att en oriktig och vilseledande beteckning på vara bedömts som illojal reklam.

En person tillverkade vid egen charkuterifabrik med färticka tillsatt leverpastej, som försålades med etiketten »tryfferad leverpastej» och försålades såväl i tillverkarens egna butiker som genom återförsäljare. Tillverkaren och verkställande direktören i ett företag, som sålt leverpastejen, åtalades. Det upplystes i målet, att färticka icke hade samma lukt och smak som tryffel samt att äkta tryffel betingade ett pris av 18 kronor per kilo och färticka allenast 3 kronor per kilo. Underrätt fann uppgiften på etiketten oriktig och ägnad att framkalla uppfattningen om ett fördelaktigt anbud samt dömde de åtalade till ansvar. Domen fastställdes av hovrätt (SvJT 1937 rf. s. 42).

Oriktiga uppgifter om omfattningen av en varas försäljning eller av vissa gratisutdelningar ävensom om varas pris har föranlett ansvar och skadeståndsskyldighet.

Verkställande direktören i ett företag, som tillverkade radioapparater, dömdes till ansvar för såsom oriktiga bedömda uppgifter i en reklambroschyr därom att fyra namngivna utländska personer i framskjuten ställning »skaffat sig» eller »valt» radioapparater av bolagets tillverkning, att sådana apparater i Frankrike »vunnit en stor och tacksam publik», att apparaterna i Indien »vunnit en fast marknad», att radion i fråga i Kina »tränger segrande fram» samt att apparaterna i Peru »livligt uppmärksammats». Fyra konkurrenter till bolaget, vilka uppgav sig tillsammans representera ungefär 75 % av den svenska produktionen på området, yrkade skadestånd med 25 000 kronor. Domstolarna fann att det måste anses framgå att de fyra konkurrenterna förorsakats skada, som icke kunde antagas ha understigit 5 000 kronor, och förpliktade verkställande direktören att till dem utge detta belopp (NJA 1940 s. 145; God affärssed och illojal konkurrens rf. 10).

Utgivaren av en uppslagsbok åtalades för åtskilliga oriktiga uppgifter i annons om gratisutdelning av verket. Enligt texten i annonsen var allt vad den hade att göra som önskade komma i åtanke vid gratisutdelningen att insända en i annonsen intagen »gratiskupong» vederbörligen ifylld. De som insänt kupongen erhöles som svar en postförskotts försändelse å 1 kr 80 öre, innehållande, förutom ett första band av verket, en cirkulärskrivelse däri förklarades, att reklamerbjudandet visat sig röna en sådan anslutning att allas önskningar om komplett gratisverk icke kunde tillmötesgås, varför bolaget beslutat att vid sidan av erbjudandet om kompletta gratisexemplar erbjuda ett antal »halva gratisexemplar» av verket (alltså 15 band gratis) mot 1 kr. 80 öre per band för porto och expedition på villkor att vederbörande samtidigt bestämde sig för övriga 15 band till ordinarie pris av 15 kr. 65 öre per band (inkl. porto- och expeditionskostnader). Högsta domstolen fann det väsentliga syftet med annonserna ha varit att uppnå kontakt med personer till vilka genom cirkuläret kunde riktas erbjudande om »halva gratisexemplar». Högsta domstolen anförde vidare i huvudsak följande: För att belysa att gratisutdelningen av verket i dess helhet hade betydande omfattning och därigenom uppmuntra till insändande av gratiskuponger hade i annonserna uppgivits, att vid tidigare gratisutdelningar bortskänkts 150 000 band, omräknat till kompletta verk motsvarande 5 000 sådana verk. Då emellertid blivit utrett att gratisutdelningarna omfattat högst 1 400 kompletta verk eller alltså 42 000 band under det att övriga gratis utdelade band utgjorts av udda band vilka skickats till de personer som insänt gratiskuponger, måste annonserna anses ha innehållit oriktig uppgift beträffande gratisutdelningarna. Härutöver hade i annonserna oriktigt uppgivits att »verkets ordinarie pris» var »endast c:a hälften av det som betingas för därmed jämförliga arbeten». Högsta domstolen dömde utgivaren till ansvar för illojal reklam samt förpliktade honom att till utgivaren av en annan uppslagsbok, som yrkat

75 000 kr. i skadestånd, utgiva ersättning för skada med skäligen ansedda 10 000 kr. (NJA 1941 s. 580; God affärssed och illojal konkurrens rf. 16).

Också för oriktig och missvisande prisjämförelse har dömts till straff och skadeståndsskyldighet.

Föreståndaren för en konsumbutik i Västsverige hade i en annons intagit bl. a. följande uppgifter: »Vid en nyligen företagen prisjämförelse på några vanliga specerivaror, visade det sig att Konsums priser låg drygt 7 % under de priser som tillämpades i de privata butiker vari provköp gjordes. Om man förutsätter att prisskillnaden är lika stor på alla livsmedelspriser så betyder det att »normalfamiljen» Andersson (man, hustru och två barn, med en utgiftsstat för livsmedel på ca 2 000 kr. per år) sparar omkring 140 kr. per år genom att vara medlem och handla i Konsum. Därtill kommer givetvis återbäringen.» Underrätt anförde följande: Beträffande tre varuslag, diskmedel, salt och snabbsockerkaka, var jämförelsen, utnyttjad på sätt skett utan angivande av att densamma delvis avsett standardvaror av olika märken, missvisande. Vad angick ett annat varuslag, kokosflingor, hade jämförelsepriset för $\frac{1}{4}$ kg baserats på hektopriset, oakat provköpsaffärerna tillämpade ett lägre pris vid försäljning av $\frac{1}{4}$ kg. Vad gällde havregryn berodde den framkomna prisskillnaden väsentligen på att en av priskontrollnämnden just beslutad prissänkning ännu inte hunnit slå igenom i provköpsaffärerna. Ett varuslag, makaroner, där priset i provköpsaffärerna ostridigt var lägre, hade icke medtagits i jämförelsen. Ett vittne hade uppgivit att sortimentet i en specerihandel i stad kunde beräknas omfatta 1 600 artiklar (jämförelsen avsåg 13 artiklar), att kortvariga prisskarvar förekom i samband med prissänkningar, att den enskilda handelns och konsums priser vid ifrågavarande tid enligt vittnets uppfattning låg ungefär på samma nivå samt att vittnet bestämt visste att den enskilda handelns priser, tagna över hela linjen, då icke kunde ha varit 7 % högre än konsums. På grund av vad sålunda och i övrigt förekommit fann rätten, att uppgiften om 7 % prisskillnad var oriktig. Vidare fann rätten att uppgiften om prisskillnaden var oriktig även därutinnan att vid jämförelsen även annat än livsmedel medtagits. Konsumföreståndaren dömdes för illojal reklam till 50 dagsböter samt ålades skadestånd till motparten, en konkurrent, med 500 kronor. Domen fastställdes av hovrätt (Hovrättens för Västra Sverige dom den 16 maj 1957, Avd. I nr 130).

Ansvar har ådömts för oriktiga muntliga uppgifter och missvisande demonstrationer.

En person åtalades för illojal reklam i samband med försäljning av strumpor på en mässa. Rätten anförde i huvudsak följande: På strumpan, som kallades garantistrumpan, lämnades ett års garanti mot en viss skada, löpmaskor. Innebörden av garantiutfästelsen måste i första hand vara ett påstående om att ifrågavarande skada ej kunde uppkomma under den angivna tiden. På grund av tillverkningsmetoden kunde emellertid löpmaskor, genomlöpande strumpans hela längd, ej uppstå. Strumpan kunde dock vid normal användning icke hålla ett år. Uppkomna skador var vanligen små hål med därifrån utlöpande kortare masklöp. Det i garantin innefattade påståndet hade alltså ingivit allmänheten en oriktig uppfattning om strumpans hållbarhet. Härtill kom att garantins formulering var sådan att det ej framgick att den endast innebar en rätt att utbyta det första paret strumpor mot ett par nya utan vidare bytesrätt därefter. Vid demonstrationer rispades strumpan in- och utvändigt med en nagelfil för att visa hållbarheten. Nagelfilsprevet kunde emellertid med gott resultat utföras även på andra strumpor vilket icke omtalades. Provet var alltså ägnat att inge åskådaren den oriktiga föreställ-

ningen att förmågan att tåla det var något för denna strumpa säreget och att strumpan var starkare än andra strumpor. Nagelfilsprovet kom att framstå som ett konkret bevis för riktigheten av det i garantiutfästelsen innefattade påståendet att strumpan normalt skulle hålla ett år. På frågor om strumpan fanns att köpa på annat håll skulle enligt den tilltalades instruktion svaras att den ej fanns att köpa på annat håll med garanti eller att firman var den enda på mässan, som hade strumpan. Dessa svar var så formulerade att de lätt kunde missförstås. Priset på strumpan, som skulle framhållas, syntes utvisa att strumpan var av väsentligt högre kvalitet än vanliga nätylonstrumpor. Den framställning angående garanti-strumpans styrka och garantins innebörd, som lämnades allmänheten i enlighet med den tilltalades direktiv vid demonstration på mässan, var oriktig eller så vilseledande, att den var att betrakta som oriktig. Den stred uppenbarligen mot god affärs sed och var ägnad att framkalla uppfattningen om ett fördelaktigt anbud. Den tilltalade dömdes både för oredligt förfarande och för illojal reklam (Rådhusrätten i Malmö, Avd. V, rotel 1, dom nr 6/1960; NOp 1959 rf. 27).

Gällande rätt i övriga nordiska länder samt i Tyskland, Schweiz, Frankrike och England

I utländska rättssystem finns dels regler, som berör uppgifter om den egna näringsverksamheten och alltså motsvarar 1 § IKL, dels regler, som berör uppgifter om andra näringsidkare. Redogörelsen här är begränsad till nämnda typfall, medan bestämmelser i allmänna strafflagar och särlagar för vissa varuområden och yrken inte berörs.

I de danska, finska, norska och tyska lagarna mot otillbörlig konkurrens finns ett eller flera stadganden om otillåtna uppgifter om egen verksamhet och egna varor och tjänster samt ett eller flera stadganden om otillåtna uppgifter om andra näringsidkare och deras verksamhet. I den mån dessa paragrafer inte är direkt tillämpliga kan de kompletteras med generalklausulerna.

Bland de schweiziska generalklausulsexemplen finns under skilda littera vissa uppgifter om andra och om den egna verksamheten. Enligt den schweiziska lagens systematik återkommer dessa exempel med annat subjektivt rekvisit såsom straffrättsliga specialstadganden.

I fransk rätt var tidigare den allmänna skadeståndsregeln i Code civil art. 1382 och en lag från 1905 om undertryckande av bedrägeri i varuomsättningen de rättsgrunder, som åberopades i mål om vilseledande reklam. Sedan 1963 finns emellertid en särskild lag härom. I fråga om nedsättande uppgifter om andra synes fortfarande art. 1382 vara av betydelse.

I England hänvisas på detta rättsområde i första hand till Common law. Vad som främst synes kunna komma i fråga är talan om »passing-off», »libel» eller »slander». Av Statutes märks särskilt Merchandise Marks Act¹ och Advertisements (Hire-Purchase) Act.

Uppgifter om egna förhållanden

I den danska lagen stadgas att den som säljer varor inte får på dessa eller vid skyltning m. m. ha anbragt oriktiga eller vilseledande uppgifter till på-

¹ Jfr not 1 på s. 30.

verkan av efterfrågan. Såsom exempel på otillåtna beteckningar nämns sådana, som

1) innehåller en oriktig uppgift i avseende å varans produktionsställe (eller -land), art, tillverknings sätt, material, sammansättning, beskaffenhet, egenskaper, verkningar eller prissförhållanden, eller som på annat sätt är ägnade att bibringa en felaktig uppfattning i nämnda hänseenden, eller

2) är ägnade att bibringa köparna den uppfattningen, att samtliga i affären förda olika varusorter härrör från samma produktionsställe (eller -land) eller har samma tillverknings sätt, oaktat detta blott delvis är förhållandet, eller

3) oriktigt anger att varorna har utmärkts vid utställningar, har prövats av eller fått rekommendationer av offentliga myndigheter eller är eller har varit patentskyddade. Såsom försvårande anses om uppgifterna utbredds genom tillkännagivanden i pressen, genom löpsedlar eller genom skyltning av särskilt iögonenfallande art.

Enligt den *finska* lagen får man inte å skylt, anslag, annons, cirkulär, priskurant eller i beteckning, anbragt å saluhållen vara eller dess omhölje, eller ock i annat offentligt eller för ett större antal personer avsett tillkännagivande lämna oriktig eller vilseledande uppgift rörande sin näringsverksamhet eller vad därmed äger samband, såsom om varors eller yrkesprestationers beskaffenhet, om deras pris eller dettas beräkande, om varors mått, vikt eller mängd, om deras ursprung eller produktions- eller anskaffnings sätt, om anledningen till eller avsikten med en försäljning, om en affärs ålder eller om storleken av dess omsättning, allt under förutsättning att uppgiften är ägnad att väcka uppfattning om ett mer än vanligt gynnsamt anbud. Såsom uppgifter skall även anses framställningar i bild samt andra anordningar, genom vilka kan åstadkommas enahanda verkan som genom i ord meddelade uppgifter.

I den *norska* lagen stadgas att i tillkännagivanden, på skyltar, i prislistor, rundskrivelser eller liknande meddelanden samt i fakturor, räkningar eller andra affärsdokument, eller på varor eller deras förpackning, må icke om en näringsverksamhet, om dess varor eller för övrigt om förhållanden, som hänger samman med den, uppges något oriktigt eller vilseledande, som är ägnat till att ge intryck av att det görs ett särskilt förmånligt anbud om köp eller försäljning av varor, utförande av arbete eller annan prestation, eller till att på annat sätt framkalla en oriktig föreställning om den affär eller det avtal, vartill det inbjudes; som meddelanden räknas också bildframställningar eller liknande.

Förebild för alla dessa stadganden är den *tyska* bestämmelsen i ämnet. Denna innehåller i huvudsak att ingripande kan ske mot den som i offentliga tillkännagivanden eller i meddelanden, avsedda för ett större antal personer, rörande affärsförhållanden lämnar oriktiga uppgifter, vilka är ägnade att framkalla skenet av ett särskilt gynnsamt anbud. Som exempel på vad

uppgifterna kan avse nämns varors eller yrkesprestationers beskaffenhet, ursprung, framställningssätt eller prisberäkning, sättet för varors anskaffande eller deras anskaffningskälla, innehavet av utmärkelser, anledningen till eller ändamålet med en försäljning och mängden av varuförråd.

I den *schweiziska* lagen beskrivs den otillåtna handlingen så, att man lämnar oriktiga eller vilseledande uppgifter om sig, egna varor, prestationer eller affärsförhållanden eller på motsvarande sätt gynnar tredje man i konkurrensen.

Den *franska* lagen från 1963 stadgar förbud mot i ond tro gjorda offentliga framställningar, som innehåller falska eller vilseledande påståenden, under förutsättning att påståendena är preciserade och rör något av följande, nämligen varors eller tjänsteprestationers art, sammansättning, väsentliga egenskaper eller fabriktionsdatum eller skälen till eller förfarandet vid en försäljning, eller de resultat som kan förväntas av varors eller prestationers användning, eller fabrikantens eller återförsäljarens identitet, kvalifikationer eller skicklighet.

Den *engelska* passing-off-doktrinen innebär i stort sett att man inte får »snylta» på andra. Näringsidkare får alltså inte presentera sina egna varor eller sin egen verksamhet på ett sådant sätt att kunder eller andra näringsidkare inges föreställningen att det är fråga om andras varor eller verksamhet. Bevisskyldigheten faller på den som påstår att det är fråga om ett vilseledande. Men använder man en oriktigt skriven eller tryckt varubeteckning eller varubeskrivning kastas enligt Merchandise Marks Act bevisbördan om. Då måste man för att undgå ansvar själv visa att man inte hade avsikt att vilseleda. Advertisements (Hire-Purchase) Act föreskriver vilka upplysningar avbetalningsreklamen skall innehålla. I övrigt synes det inte finnas några generella stadganden mot oriktiga eller vilseledande uppgifter om egna förhållanden.

Uppgifter om andra näringsidkare

I den *danska* lagen stadgas att man inte får i konkurrensändamål utbreda oriktiga meddelanden om en annans näringsverksamhet, som är ägnade att skada verksamheten, vare sig meddelandet angår dess innehavare, dess varor eller dess övriga förhållanden.

Enligt den *finska* lagen får man inte om annans näringsverksamhet, annan näringsidkare eller hos denne anställda personer eller om annans varor eller yrkesprestationer eller rörande andra omständigheter, vilka äger samband med annans näringsverksamhet, i konkurrenssyfte lämna eller utsprida uppgift, som är ägnad att skada dennes näringsverksamhet. Man kan fria sig från ansvar genom att göra sannolikt att uppgiften är sann.

Det *norska* stadgandet liknar det finska. Det sägs att den som om en näringsverksamhet, om innehavaren eller någon vid verksamheten anställd person, om de därifrån utgående varorna eller om förhållanden i övrigt,

som står i förbindelse med verksamheten, i konkurrensändamål meddelar eller utbreder en uppgift, som är ägnad att skada verksamheten, blir underkastad påföljd om det inte föres bevis för att uppgiften är sann.

Också till dessa stadganden är den *tyska* lagen förebild. Denna innehåller ett stadgande om påföljd för den som beträffande annans affärsverksamhet eller dess innehavares eller ledares person eller beträffande annans varor eller yrkesprestationer i konkurrens syfte påstår eller utsprider uppgifter, som är ägnade att skada verksamheten eller innehavarens kredit, såvida inte uppgifterna är bevisligen sanna. Strängare påföljd blir det om uppgifterna är medvetet sanningslösa.

Enligt *schweizisk* rätt får man inte lämna oriktiga, vilseledande eller onödigt sårande uppgifter om andra eller deras varor, prestationer eller affärsförhållanden.

Såsom exempel på användningen av den *franska* Code civil art. 1382 har nämnts nedsättande uppgifter om konkurrenter och deras varor.

Falska och misskrediterande uppgifter om näringsidkare är enligt *engelsk* rätt torts, betecknade som »trade libel», »slander of goods», »slander of titel» m. m. Enligt den rättspraxis som utbildats på detta område synes det finnas tämligen goda möjligheter att ingripa mot oriktiga och kränkande framställningar om andra.

Sanktionssystemen

Påföljderna för överträdelse av här nämnda stadganden och rättsprinciper i vissa främmande rättssystem varierar starkt beroende bl. a. på skiftande allmänna straff- och processrättsliga regler och olika skadeståndsrättsliga principer. Redogörelsen nedan kan naturligen endast antyda vissa huvudlinjer.

Den *danska* lagens sanktion är i här redovisade fall vid uppsåtlig eller oaktsam överträdelse straff, böter eller frihetsstraff, vilket senare dock i praktiken aldrig utdöms. Enligt allmänna regler kan också förbud meddelas mot att en handling fortsättes eller upprepas. Förbud kan ges interimistiskt. Skadeståndsskyldighet följer av allmänna regler.

Uppsåtlig överträdelse av den *finska* lagens bestämmelser föranleder straff, böter eller i sällsynta undantagsfall fängelse i högst sex månader. Förbud att upprepa eller fortsätta handlingen, interimistiskt eller slutligt, kan meddelas alternativt till straff. Vad gäller uppgifter om egna förhållanden krävs därvid inte att gärningsmannen var medveten om uppgiftens beskaffenhet. Skadestånd kan utdömas enligt allmänna regler.

I den *norska* lagens stadgande mot oriktiga eller vilseledande uppgifter om egna förhållanden nämns som första sanktion förpliktelse för gärningsmannen att avhålla sig från sådan handling. Förbud kan också meddelas interimistiskt. Vidare sägs att den som handlar mot bestämmelsen eller i strid med interimistiskt förbud straffas med böter eller fängelse i högst

tre månader. Frihetsstraff utdöms sällan. Uppgift om andra näringsidkare, vilken är ägnad att skada deras verksamhet och vilken inte visas vara sann, föranleder skadeståndsskyldighet. Har gärningsmannen vetat eller bort veta att uppgiften inte var sann, straffas han med böter eller fängelse i högst sex månader.

Den *tyska* lagens primära sanktion mot oriktiga uppgifter om egna förhållanden är förbud att vidare lämna ifrågavarande uppgifter. Interimistiska förbud är mycket vanliga. Hade eller borde gärningsmannen ha haft vetskap om uppgifternas oriktighet, är han skyldig ersätta uppkommen skada. Lämnas uppgifterna mot bättre vetande och i avsikt att framkalla skenet av ett särskilt gynnsamt anbud, straffas handlingen med fängelse upp till ett år och böter eller endera av dessa påföljder. Lämnande av uppgifter, som är ägnade att skada annans verksamhet, medför skyldighet att ersätta den kränkte tillskyndad skada, om de inte är bevisligen sanna. Den kränkte kan också utverka förbud mot fortsatt utspridande av uppgifterna. Utspridande mot bättre vetande av sanningslösa uppgifter, som är ägnade att skada annan, straffas med fängelse intill ett år och med böter eller med ettdera av dessa straff. Strafftalen enligt nu nämnda stadganden är mycket sällsynt.

Det rikast varierade sanktionssystemet finns i *schweizisk* rätt. Civila sanktioner är bl. a. fastställande av rättstridigheten, förbud, beriktigande och, i händelse av subjektiv skuld hos gärningsmannen, skadeståndsskyldighet. Interimistiska förbud kan också meddelas. Straff, fängelse eller böter, förutsätter uppsåt hos gärningsmannen.

Påföljden för överträdelse av stadgandet mot oriktig eller vilseledande reklam i 1963 års *franska* lag är straff. Domstolen kan också beordra att reklamen upphör. Lagen medger interimistiska förbud, vilket är en nyhet. Nedläggande uppgifter om andra föranleder jämlikt Code civil art. 1382 skadestånd.

Den som i *England* vinner en passing-off talan kan utverka förbud (»injunction») för gärningsmannen att fortsätta sin handling. Han är också berättigad till skadestånd. Överträdelse av Merchandise Marks Act straffas men kan inte föranleda skadestånd. Libel och sländer är skadeståndsgrundande. Libel kan också föranleda straff.

Rundfrågan m. m.

I den promemoria, som åtföljde utredningens rundfråga till organisationer och myndigheter, behandlades under särskilda rubriker frågorna om illojal reklam och förtal i konkurrensyfte.

I anslutning till omarbetningen av 1 § IKL om *illojal reklam* aktualiserades några problem särskilt, nämligen om stadgandet borde ta sikte endast på oriktiga eller också på vilseledande uppgifter, om kravet på att förfarandet skulle stå i uppenbar strid mot god affärssed borde utgå, om alltjämt

borde krävas att meddelandet skulle vara avsett för ett större antal personer samt om stadgandet i 21 kap. 7 § andra punkten SL — numera 9 kap. 8 § andra punkten BrB — om oredligt förfarande i utövning av yrke eller näring borde infogas i en reviderad lag mot otillbörlig konkurrens. Därjämte efterfrågades andra önskemål i fråga om utformningen av ett stadgande mot illojal reklam.

En enhällig opinion förordade att det reviderade stadgandet skulle omfatta jämväl sådana vilseledande uppgifter, som inte kunde sägas vara direkt oriktiga. Det framhölls att de vilseledande uppgifterna kunde vara lika farliga eller farligare än de oriktiga.

I en majoritet av svaren gavs uttryck för den uppfattningen att rekvisitet »i uppenbar strid mot god affärssed» inte var ändamålsenligt och därför borde utgå. I några svar föreslogs att ordalagen skulle modifieras, men att av stadgandet ändock borde framgå att endast reklam, som stred mot god affärssed, borde drabbas. Men även den åsikten framfördes att det var väsentligt att rekvisitet bibehölls, eftersom eljest till men för rättssäkerheten gränsen mellan tillåtet och otillåtet skulle bli för obestämd.

I allmänhet ansågs, i vissa fall under hänvisning till den alltmer oklara gränsen mellan reklam och försäljningsåtgärder av annat slag, att det omarbetade stadgandet borde avse inte bara uppgifter i meddelanden, avsedda för ett större antal personer. Från några håll anfördes att bestämmelsen även borde omfatta meddelanden, som lämnades enstaka personer var för sig om förfarandet bedrevs systematiskt. Tveksamhet utan bestämt ställningstagande präglade en del svar. Några uttalanden till förmån för ett bibehållande av kravet på att meddelandet skulle vara avsett för ett större antal personer fanns också.

I de flesta svaren avstyrktes att 21 kap. 7 § andra punkten SL inordnades i en ny lag mot otillbörlig konkurrens. Som skäl anfördes bl. a. att sistnämnda lag hade det dubbla syftet att bereda skydd för såväl konkurrenter som allmänheten, medan konkurrenthänsyn inte varit vägledande vid utformningen av strafflagsstadgandet, samt att tillämpningen av 21 kap. 7 § andra punkten i likhet med övriga bedrägeribrott förutsatte att någon genom vilseledande förmåtts till en disposition. Några organisationer fann emellertid att strafflagsstadgandet borde infogas i lagen mot otillbörlig konkurrens.

Som ytterligare önskemål i fråga om utformningen av ett stadgande mot otillbörlig reklam framfördes från flera håll möjligheter till ingripande mot anonym reklam. Enstaka önskemål om åtgärder mot fiktiva riktpriiser, påstådda kundrabatter, påstådda konkursutförsäljningar, viss jämförande reklam, reklam för reservdelar, som inte var original, samt s. k. snyltning på annans goda anseende framkom även. Slutligen berördes också ett par mer speciella problem, nämligen direkt från utlandet distribuerad oriktig

eller vilseledande reklam samt oriktiga uppgifter om att vinst på försäljningsverksamhet skulle användas för ideellt eller välgörande syfte.

Då det gällde *förtal i konkurrensyfte* framhölls i promemorian att tvekan kunde råda om Sverige uppfyllde Pariskonventionens krav. Man ställde frågorna om i en ny lag mot otillbörlig konkurrens borde intagas ett stadgande mot förtal i konkurrensyfte, om ett sådant stadgande borde avse endast spridande av oriktiga eller vilseledande uppgifter om konkurrenten eller jämväl av uppgifter som var för honom onödigt sårande och om skyddet för förtal borde gälla konkurrent i branschen, konkurrent i samma försäljningsled eller varje näringsidkare. I anslutning härtill väckte man också spørsmålet om en lagbestämmelse mot direkta jämförelser i reklam och försäljning borde införas och hur långt den i så fall borde sträcka sig.

I så gott som samtliga svar förordades att en bestämmelse mot förtal i konkurrensyfte togs med i lagen. Därvid framhölls bl. a. att skyddet borde utformas så att det gällde även juridiska personer och grupper av företagare. Andra synpunkter som framfördes var att yttrandefriheten och den fria kritikrätten inom näringslivet inte fick över hövan inskränkas och att tillbörlig hänsyn måste tas till intressekollisioner.

De flesta ansåg att stadgandet inte tillika borde omfatta uppgifter, som för konkurrenten var onödigt sårande. Några hänvisade i fråga om dessa uppgifter till en generalklausul. Också den uppfattningen framfördes att förfarandet att sprida onödigt sårande uppgifter närmast torde böra bedömas av Näringslivets Opinionsnämnd.

I det övervägande flertalet svar förordades att skyddet mot förtal borde omfatta varje näringsidkare. Därvid framhölls emellertid bl. a. att det också borde gälla av andra näringsidkare saluförda produkter och tillhandahållna tjänster. Från ett håll underströks att oavsett hur stadgandet utformades borde det klart framgå att i den mån ett förtal i konkurrensyfte kunde komma att drabba konsument — som ju t. ex. av förtalet kunde ha låtit sig påverkas i en inköpssituation — även konsumentintresset var föremål för skydd.

Vad angår frågan om en lagbestämmelse mot direkta jämförelser, uttalade många sympatier för ett system, enligt vilket jämförelser i princip tilläts men mycket stränga krav på vederhäftighet uppställdes. Ett specialstadgande mot direkta jämförelser ansågs av de flesta inte lämpligt. Man åberopade därvid bl. a. intresset av konsumentupplysning och varuinformation. Stadganden mot vilseledande reklam och förtal i konkurrensyfte uppfattades i regel som tillräckliga korrektiv mot missbruk. I några fall hänvisades också till en generalklausul.

Professor af Trolles undersökning av diskutabla säljfrämjande metoder har visat att det övervägande antalet metoder, gentemot vilka lagstiftning

kunde övervägas, har det gemensamt att de i ett eller annat hänseende är vilseledande. Undersökningen har därmed givit väsentligt material till bedömningen av vilseledandestadgandets utformning.

Näringslivets Opinionsnämnd

Enligt den av Näringslivets Opinionsnämnd tillämpade normen för reklam, Internationella Handelskammarens Grundregler för god reklam, skall reklamen vara vederhäftig. Huvudbestämmelsen lyder.

Reklam skall vara sann och får ej förvränga fakta eller vilseleda genom antydningar och utelämnanden. Den får exempelvis ej vilseleda konsumenten om

a) den utbudna varans egenskaper, d. v. s. dess användbarhet, material, sammansättning, ursprung etc.,

varans pris eller värde, dess lämplighet eller köpevillkoren, de tjänster, som ingår i köpet, däribland villkoren för leverans, utbyte, retur, reparation, underhåll etc.

b) annan varas kvalitet eller värde eller tillförlitligheten av annans uppgift.

Till denna bestämmelse ansluter sig bl. a. den anvisningen att reklam ej får innehålla överdrifter, vilka uppenbarligen är ägnade att framkalla besvikelse hos konsumenten.

Grundreglerna rekommenderar i annat sammanhang att reklamen uppehåller sig vid den egna varan eller tjänsten och att direkta jämförelser med utpekad konkurrentvara eller konkurrerande tjänst undviks. Det heter.

Reklam bör söka vinna allmänhetens bevägenhet genom att framhålla den egna varan eller tjänsten.

Annonser bör undvika att åberopa visst annat företag, viss annan vara eller tjänst om detta skulle kunna innebära ett obehörigt utnyttjande av ifrågavarande företags, varas eller tjänsts goda anseende.

Direkt jämförelse med konkurrerande märkesvara, med viss tjänst eller visst företag bör undvikas. Nedsättande anspelningar på andra varor, tjänster eller företag får icke förekomma.

Vid prövningen av underställd reklamåtgärd förfar nämnden i princip på följande sätt.

Man söker bilda sig en uppfattning om vilket helhetsintryck de som tar del av reklambudskapet, mottagarna, får av detsamma. Här är mottagarkretsen av betydelse. Större krav får ställas på fackmän än på lekmän. Riktas reklambudskapet till näringsidkare, som är sakkunniga på ifrågavarande område, är man mindre sträng än när budskapet riktas till en bredare allmänhet. Vidare beaktar man att reklam — särskilt den som riktar sig till allmänheten — enligt vad erfarenheten lärt läses flyktigt och oengagerat.

Sedan nämnden bildat sig en mening om hur mottagarna kan antas uppfatta reklambudskapet i det föreliggande fallet, söker den klarlägga fakta i ärendet. Stämmer inte helhetsintrycket med fakta anses reklamen vilseledande och följaktligen stridande mot god affärssed. Nämnden kräver

alltså av den för reklambudskapet ansvarige att han inte utsätter allmänheten för vilseledande reklam.

Opinionsnämndens prövning avser endast handlingens yttre sida. Utan betydelse är sålunda om uppsåt att vilseleda eller vårdslöshet förelegat eller om framställningen helt utan någons förskyllan råkat bli vilseledande. Vad man prövar är reklamen såsom sådan ställd i relation till fakta.

I ärenden som rör vederhäftigheten av reklamframställningar tillämpar nämnden omvänd bevisbörda. Det ankommer alltså på den för framställningen ansvarige att styrka riktigheten om denna ifrågasätts, förutsatt naturligtvis att anmälningen inte framstår som uppenbart ogrundad.

De allra flesta ärenden, som prövats av nämnden, har rört frågor vilka på ett eller annat sätt sammanhänger med vederhäftigheten hos reklambudskapet. För studium av denna praxis hänvisas till nämndens årsbok Otillbörlig konkurrens och god affärssed, som hittills utkommit i tre delar för 1957—58, 1959 resp. 1960 samt till en av nämndens direktör Sten Tengelin i samarbete med jur. kand. Olov Hertzman utarbetad redogörelse i *Albinsson—Tengelin—Wärneryd: Reklamens ekonomiska roll*, Uppsala 1964 (Kap. 6).

Här skall endast i korthet redovisas opinionsnämndens inställning till de i grundreglerna särskilt berörda problemen om överdrifter och jämförelser i reklam. I fråga om överdrifter, som tidigare bedömts tämligen mildt, har nämnden successivt skärpt kraven. Dess ståndpunkt nu kan sägas vara att ett uttryck i superlativ form, så snart det rimligen låter sig göras, betraktas som ett uttalande om faktum.

Jämförelser i reklam har ofta prövats av opinionsnämnden. Bedömningen av jämförelsens tillbörlighet har under senare tid undergått viss förskjutning. Intill den senaste revisionen av grundreglerna år 1955 tog dessa klart avstånd från direkta jämförelser mellan den egna varan och utpekade konkurrentprodukter. I 1955 års edition av grundreglerna uttalas som nämnts att direkta jämförelser bör undvikas. I opinionsnämndspraxis höll man fram till 1959 fast vid den äldre uppfattningen (se exempelvis NOp 1959 rf. 6). Brytningen med tidigare praxis kom genom det i plenum avgjorda ärendet NOp 1959 rf. 49. Fallet gällde cirkulärskrivelser, utsända av ett bilföretag, vilka innehöll jämförelser mellan vissa typer av det egna märket och namngivna konkurrentfabrikat. Nämnden gjorde i detta ärende följande principuttalande beträffande tillbörligheten av direkta jämförelser.

Till en början måste naturligen i varje fall fordras att alla de uppgifter, som lämnas såväl om den egna varan som om konkurrentens, äro korrekta i sak. Jämförelsen måste också vara såtillvida rättvisande att den ger en riktig bild av de jämförda varornas egenskaper. Erfarenheten ger emellertid vid handen att det i praktiken ofta är nära nog ogörligt för en annonsör — även med de bästa avsikter — att vid en jämförelse mellan den egna varan och konkurrerande produkter taga med alla egenskaper som en köpare kan tillmäta betydelse vid värderingen av varorna i fråga och så mycket mindre att avge sammanfattande omdömen på

ett rättvist sätt. Jämförelsen blir följaktligen lätt ofullständig och därigenom också skev. Avsevärd risk föreligger uppenbarligen för att bristerna i jämförelsen främst komma att drabba den konkurrerande produkten. Härtill kommer att i många fall köparens värdering av en vara påverkas av icke mät- och vägbara egenskaper såsom utseende, finish etc. Om jämförelsen avser varors kvalitet, har man därjämte att taga hänsyn till de jämförda varornas pris. Omvänt måste vid prisjämförelser mellan olika produkter även beaktas de olikheter som kunna föreligga i fråga om kvaliteten.

Redan av de nu anförda synpunkterna framgår att det i praktiken ställer sig synnerligen svårt att utforma jämförelser i reklam så att de uppfylla det grundläggande kravet som måste ställas på all reklam, nämligen att argumenteringen skall vara sann och icke får vara missvisande. Med hänsyn härtill och till att enligt vad erfarenheten visar jämförelser ofta i och för sig äro ägnade att förläna ett särskilt sken av objektivitet åt reklambudskapet, finner nämnden att en mycket sträng bedömning av direkta jämförelser i reklam är påkallad.

Prisjämförelser av skilda slag har också prövats av opinionsnämnden. I ett ärende, NOP aktnr 316/60, prövades en mycket omfattande sådan jämförelse beträffande livsmedel, skodon, kläder och hemutrustning. Nämnden godtog prisjämförelsen i och för sig men konstaterade att den endast avsåg en vecka och att annonsören dragit alltför långtgående och kategoriska slutsatser av jämförelsens resultat. I fråga om skodon, kläder och hemutrustning tillkom särskilda svårigheter att rättvisande jämföra varor av samma slag. Här befanns prisjämförelsen inte uppfylla de krav på allsidighet och vederhäftighet, som borde ställas på jämförelser. I ett par ärenden, NOP aktnr 568/62 och 571/62, avseende ett påstått hushålls-»storköp» om ett tjugotal artiklar för tillhoppa ca 100 kronor anmärkte nämnden, förutom på att vissa jämförelsepriser var oriktiga, att det fanns anledning antaga att urvalet av de varor som medtagits i jämförelsen inte skett med beaktande av varornas representativitet i prishänseende, ett förhållande som nämnden fann anmärkningsvärt, oavsett hur jämförelsen utföll.

Det förefaller som om tendensen i nämndens praxis när det gäller jämförelser är att något lätta på de förhållandevis mycket stränga krav, som uppställts i det citerade principuttalandet från år 1959. Nämnden har sålunda godtagit jämförelser av priset på viss märkesvara i olika distributionsformer, NOP aktnr 668/63. Fakta i detta ärende var i korthet följande.

Ett handelsföretag påstod i ett cirkulärbrev till kunder att det kunde sälja flera dimensioner av en engelsk specialskruv för halva priset. Tillverkarens svenske generalagent anmälde förfarandet till opinionsnämnden och framhöll att handelsföretaget endast i undantagsfall kunnat erbjuda så låga priser samt att kundkretsen ingivits den med hänsyn till omständigheterna oberättigade uppfattningen att generalagenten tillämpade omotiverat höga priser. Generalagenten anförde som skäl för sin prissättning, att man förde full sortering, 2 800 dimensioner, samt hade höga lagerkostnader och betydande kostnader för reklam och service. Handelsföretaget, som inte i sin prissättning behövt beakta kostnader av denna art, borde därför enligt generalagenten ha underlåtit att jämföra sina endast i undantagsfall tillämpliga priser med priserna i generalagentens riktpislista.

I fråga om tillbörligheten av denna prisjämförelse uttalade nämnden, att det inte kunde anses oförenligt med god affärssed att i reklam anställa direkta jämförelser med konkurrerande märkesvara, förutsatt att grundreglernas vederhäftighetskrav var uppfyllt. Nämnden fortsatte.

Denna inställning till jämförelser i reklam synes tillämplig även på prisjämförelser avseende en och samma märkesvara; enligt nämndens uppfattning är det önskvärt i ett distributionssystem, vilket liksom det svenska bygger på principen om fri konkurrens, att köparens möjligheter att jämföra skilda utbud av samma vara, icke minst vad gäller priset, främjas. Mot bakgrunden härav kan icke komma i fråga att — såsom [generalagenten] synes vilja göra gällande i detta ärende — anse en prisjämförelse i reklam oförenlig med god affärssed av det skälet, att jämförelsen skulle kunna uppfattas såsom »nedsättande» för den företagare, som av i och för sig goda skäl tvingas uttaga ett högre pris för varan. Under hänvisning till vad sålunda anförts finner nämnden att någon anmärkning från synpunkten god affärssed ej heller kan riktas mot cirkulärbrevet på grund av att det innefattat en jämförelse med priserna enligt [generalagentens] prislista.

Ytterligare ett avgörande må här nämnas, nämligen NOp aktnr 967/65. Också i detta fall var fråga om en prisjämförelse, denna gång mellan olika märkesvaror, marknadsförda genom skilda distributionsformer. Här uttalade nämnden, att likaväl som jämförelser av priset på en och samma märkesvara i skilda distributionskanaler borde godtas från synpunkten av god affärssed, borde jämförelser av priset på synonyma och i allo likvärdiga märkesvaror, distribuerade genom olika distributionsformer godtas.

Utredningen

Stadgandets räckvidd

1 § IKL innehåller begränsningar i olika avseenden. Den avser endast uppgift om egna förhållanden, om egen verksamhet eller däri utbudna varor eller prestationer. Uppgiften skall vara lämnad i »säljverksamhet», varmed här menas verksamhet i avsättningsfrämjande syfte, riktad »framåt» mot återförsäljare eller andra näringsidkare i senare led och framför allt mot konsumenter. Enligt 1 § IKL skall uppgiften inte bara vara vilseledande i den meningen att den är ägnad att framkalla uppfattningen om ett fördelaktigt anbud utan den skall också vara oriktig, sanningslös. Endast uppgift eller annan framställning i meddelande för ett större antal personer omfattas. Förfarandet i sin helhet skall stå »i uppenbar strid mot god affärssed». Ingripande kan ske endast om uppgiften lämnats av näringsidkare eller av någon, som är anställd i eller eljest arbetar för annans näringsverksamhet och därvid självständigt bedriver reklam. Slutligen sägs att den som lämnar uppgiften skall ha haft eller bort ha vetskap om uppgiftens oriktighet. Enda påföljd för överträdelse är straff. Om förutsättningar för utdömande av straff är förhanden, kan ersättning också utdömas till andra näringsidkare, som skadats av förfarandet.

1 § IKL kan sägas ge uttryck för kravet på att reklamen skall vara vederhäftig, men begränsningarna gör att stadgandet har en ganska liten räckvidd. Detta framstår numera som en brist. Med produktionens och distributionens ändrade struktur, särskilt den starkt ökade omfattningen av distribution genom självbetjäningsföretag av skilda slag, har reklam och andra kommersiella framställningar fått långt större betydelse som kommunikationsmedel mellan näringslivet och konsumenterna samt mellan näringslivets olika grenar inbördes. I samma riktning har verkat de genom den höjda levnadsstandarden väsentligt ökade valmöjligheterna för konsumtionen. Samtidigt märks en klar tendens till skärpta vederhäftighetsanspråk på reklam och andra kommersiella framställningar bland konsumenter och inom näringslivet självt, inte minst inom reklambranschen. Utredningen anser med hänsyn härtill att den rättsliga normen bör ges en mer generell utformning och omfatta inte bara sådan reklam, som avses i 1 § IKL, utan också andra framställningar i samband med omsättningen av varor och tjänster, samt att vederhäftighetskravet bör skärpas.

Vederhäftighetskravet uttrycks i 1 § IKL med att uppgiften inte får vara oriktig och ägnad att framkalla uppfattningen om ett fördelaktigt anbud. En framställning kan emellertid vara objektivt sett riktig men ändå i hög grad vilseledande. Som exempel kan nämnas att man till jämförelse med ett offererat pris på en vara anger ett tidigare pris, som visserligen i och för sig är riktigt men helt inaktuellt, eftersom varan successivt fallit i pris. Å andra sidan kan en framställning vara oriktig men ändå inte vilseledande, exempelvis därför att den inte fattas bokstavligt. Utredningen anser därför att vederhäftighetskravet väsentligen bör uttryckas därmed att framställningen inte får vara vilseledande. Den begränsningen bör dock fortfarande finnas att den vilseledande framställningen skall vara ägnad att ha en kommersiell effekt, dvs. vara ägnad att påverka någons benägenhet att köpa eller eljest vidta en disposition. Med den allmänna inriktning, som utredningens förslag har, saknas anledning att bibehålla rekvisitet att förfarandet skall stå i uppenbar strid mot god affärssed.

Vad härefter gäller begränsningen till egna förhållanden är det väl säkert så att det mesta av reklam och av andra jämförbara meddelanden rör det egna företaget eller den egna varan eller tjänsten. Men lika väl som man i sådana framställningar söker skapa ett positivt intryck av sig själv eller det man tillhandahåller kan man söka skapa ett negativt intryck av konkurrenterna och dessas varor och tjänster. Samma vederhäftighetskrav bör ställas på alla framställningar, oavsett om de anknyter till vederbörandes egna eller till andra näringsidkares förhållanden. Särskilt betydelsefull är en sådan enhetlig norm då det gäller bedömning av jämförande reklam och andra jämförande framställningar.

Inte heller begränsningen till säljverksamhet i 1 § IKL finner utred-

ningen rationell. Konkurrenten mellan olika näringsidkare förekommer inte bara i säljverksamhet utan också i inköpsverksamhet, dvs. verksamhet som riktar sig »bakåt» mot säljare och leverantörer, tillhandahållare av råvaror, arbetskraft, krediter, lokaler och andra nyttigheter. Konkurrenten i näringslivet kan också ta sig uttryck i sådan extern verksamhet, som inte är omedelbart inriktad på vare sig avsättning eller förvärv utan syftar till att helt allmänt ge företaget good-will, public relation-verksamhet. Även i dessa verksamheter kan man nå för sig själv gynnsam kommersiell effekt antingen genom att »tala väl» om sig själv eller »tala illa» om andra näringsidkare. Enligt utredningens mening gäller det allmänna intresset av vederhäftighet inte bara för reklam och andra framställningar i säljverksamhet utan också för framställningar i inköps- och annan verksamhet.

Jämsides med den starkt ökade omfattningen av distribution genom olika självbetjäningföretag har också betydelsen av den individuella försäljningen tilltagit. Även tekniken att sälja genom personligt utformade säljbrev och genom personliga samtal mellan representanter för säljare och presumtiva köpare har utvecklats. Ofta är det här fråga om tekniskt komplicerade varor och varor av nya material, där konsumenterna måste förlita sig på försäljarnas upplysningar. Men även andra varuslag, exempelvis bokverk av olika slag, säljs inte sällan vid personliga besök hos kunderna av försäljare. Och fortfarande är naturligtvis expediteurs uppgifter till konsumenter i affärerna ofta avgörande för konsumtionsvalet. Det finns mot bakgrund av det anförda skäl att kräva att också framställningar, riktade till en person eller några få personer, skall vara vederhäftiga.

I inköpsverksamhet är meddelanden, avsedda för ett större antal personer, mindre typiska. Där ligger tonvikten på individuellt utformade framställningar av olika slag. Det hindrar inte att också här samma etiska krav generellt bör ställas. Sannolikt får en bestämmelse härom emellertid mindre praktisk tillämpning, eftersom det här i allmänhet mera rör sig om underhandlingar mellan fackmän med större möjligheter till kritisk bedömning.

I nära anslutning till detta står frågan om det ansvariga subjektet. Så länge normen är begränsad till meddelanden, avsedda för ett större antal personer, kan det vara naturligt att låta den gälla bara för näringsidkare och centrala funktionärer som självständigt bedriver reklam. Utsträcks normen också till individuella meddelanden från man till man, framstår begränsningen såsom mindre lämplig. I försäljnings- och inköpsverksamhet kommer presumtiva kunder eller leverantörer oftast inte i kontakt med näringsidkaren eller personer i ledande ställning utan med försäljnings- eller inköpspersonal. Anställda som avlönas med provision kan vara utsatta för särskild frestelse att vilseleda. Det allmänna intresset och särskilt konsumentintresset fordrar, att ansvaret utsträcks till alla dem som är sysselsatta i näringsverksamhet. Argumenteringen i säljverksamhet, inköpsverksamhet

och annan extern verksamhet kan också flyttas över från det enskilda företaget till branschorganisationer och andra sammanslutningar av näringsidkare. Även dessa bör därför omfattas av den rättsliga normen.

Utredningen föreslår alltså ett stadgande av innehåll att näringsidkare och sammanslutning av näringsidkare samt de som är anställda hos eller fullgör uppdrag för näringsidkare eller sådan sammanslutning inte får använda oriktig eller vilseledande framställning, ägnad att påverka efterfrågan på eller utbudet av vara, tjänst eller annan nyttighet.

Med ett så utformat stadgande fångar man in det allra mesta av vad som från allmän synpunkt måste anses som otillbörlig reklam i vidsträckt mening. All erfarenhet och gjorda undersökningar visar nämligen att det övervägande flertalet av de som förkastliga ansedda metoderna i konkurrensen utgörs av framställningar, som är vilseledande i ett eller annat avseende.

Utöver stadgandet mot vilseledande framställning föreslår utredningen ett stadgande mot framställning som på grund av sin utformning är otillbörlig gentemot annan näringsidkare och ägnad att ha kommersiell effekt, dvs. ägnad att påverka folks lust att köpa eller sälja eller vidta någon annan kommersiell disposition. Det kan ibland vara försvarligt att näringsidkare lämnar för andra näringsidkare eller andras varor och tjänster ofördelaktiga uppgifter. Varnar exempelvis en näringsidkare i korrekta former allmänheten och näringslivet för en konkurrent, som i sin verksamhet ådagalagt att han saknar vilja eller förmåga att sköta den på ett tillfredsställande sätt, bör detta inte kunna angripas med rättsliga medel. Ett annat exempel på framställningar, som inte bör vara angripbara, är vederhäftiga uppgifter om en konkurrentvaras bristande funktionsduglighet. Men det är ett allmänt intresse att möjlighet till ingripande ges mot kommersiellt relevanta framställningar i konkurrensen, vilka är chikanösa, kränkande, sårande eller eljest otillbörliga i sin utformning.

Utredningen föreslår också ett stadgande mot framställning, som genom att den angår ovidkommande förhållande är otillbörlig gentemot annan näringsidkare, under förutsättning att framställningen är ägnad att ha kommersiell effekt. Här syftas på att man lämnar uppgifter om vederbörandes ras, religion, politiska uppfattning etc., vilka är för hans näringsverksamhet helt ovidkommande men ägnade att påverka konsumenters och andras benägenhet att göra affärer med honom. Det har ansetts riktigt att söka stävja utnyttjandet av bestående fördomar och aversioner av detta slag i konkurrensen näringsidkare emellan.

Såsom påföljd för överträdelse av stadgandena föreslås i första hand förbud vid vite att använda framställningen och i andra hand, vid uppsåtliga förfaranden, straff. Förslaget till sanktionssystem motiveras i kap. IX.

Vilseledande eller på angivet sätt otillbörliga framställningar kan förekomma i de mest skiftande former. Utredningen har därför föreslagit tämligen generellt formulerade rättsliga normer. Utredningen är medveten om att detta i ett inledande skede kan tänkas medföra viss osäkerhet vid till-

lämpningen. Utredningen har emellertid räknat med att erfarenheterna från Näringslivets Opinionsnämnds verksamhet bör kunna utnyttjas i rättstillämpningen. Om så sker torde eventuellt uppkommande svårigheter kunna övervinnas.

Utredningen föreslår att stadgandet i 9 kap. 8 § andra punkten BrB om vilseledande i utövning av yrke eller näring, avseende beskaffenhet, myckenhet eller ursprung av något som tillhandahålles mot vederlag, upphävs. Ett stadgande om vilseledande, som föranleder en disposition men inte någon skada, erfordras inte när möjlighet öppnas till rättsligt ingripande mot oriktiga eller vilseledande framställningar, vilka är ägnade att påverka handlingsbenägenheten hos dem som tar del därav.

Särskilt om ekonomiskt förtal

Sådant förtal, som lämnar den personliga äran okränkta men medför ekonomiska skadeverkningar för den utpekade, brukar betecknas som ekonomiskt förtal.

I avsnittet om gällande rätt har med hänvisning till rättspraxis visats att gärningar av detta slag i viss utsträckning omfattades av stadgandena om ärekränkning i 16 kap. 8 och 9 §§ SL. Straffrättskommittén, som hade att omarbota ärekränkningskapitlet, föreslog i samband härmed i förslaget till brottsbalk (SOU 1953: 14) ett stadgande mot ekonomiskt förtal av innehåll att den som om annan lämnade ogrundad uppgift angående gärning eller omständighet som var ägnad att skada denne i utövning av yrke eller näring eller eljest i ekonomiskt hänseende, skulle straffas. I remissen av brottsbalken till lagrådet upptogs emellertid inte något stadgande om ekonomiskt förtal. Departementschefen anförde därvid (prop. 1962: 10 s. B 52).

En annan nyhet i kommittéförslaget som jag ställt mig tveksam till är det stadgande om ekonomiskt förtal som upptagits i kapitlet om bedrägeri och annan oredlighet (7:9 i kommitténs förslag). Detta stadgande, som i viss utsträckning äger motsvarighet i SL 16:8, är avsett att komplettera de allmänna reglerna avseende ärekränkning. Tydligt är, att spridande av oriktiga eller ogrundade uppgifter om en persons yrkesutövning eller ekonomiska förhållanden ofta kan åtkommas såsom vanlig ärekränkning. I den mån fråga är om sådana närings- och ekonomiska förhållanden som icke kan sägas ha något samband med det personliga anseendet har det föreslagna stadgandet sin väsentliga betydelse i förhållandet olika näringsidkare emellan och berör således spörsmål, som lämpligast bör regleras i lagstiftningen mot illojal konkurrens. Jag har stannat för att icke upptaga ifrågavarande bestämmelse i brottsbalksförslaget. Det torde få ankomma på varumärkes- och firmautredningen att under sitt fortsatta arbete närmare överväga hur lagstiftningen på förevarande område bör vara utformad och därvid bl. a. beakta de förpliktelser som Sverige kan ha åtagit sig genom sin anslutning till Pariskonventionen för skydd av den industriella äganderätten.

Lagrådet hade en annan uppfattning än departementschefen på denna punkt. Lagrådet anförde bl. a. (prop. 1962: 10 s. B 429).

Beskyllningar som äro skadliga för någons yrke eller näring äro för närvarande, såvitt angår kränkning som riktar sig mot fysisk person, kriminaliserade i SL 16: 8. Enligt lagrådets mening bör det icke i brottsbalken saknas en bestämmelse i detta ämne. Sådan ryktesspridning som här är i fråga synes knappast, typiskt sett, höra hemma i lagstiftningen mot illojal konkurrens. Att konkurrenter sprida osanna uppgifter om varandra förekommer visserligen men även andra — såsom kunder, klienter, patienter, f. d. anställda m. fl. — kunna om yrkesutövare sprida oriktiga uppgifter som ej äro ärekränkande i vanlig mening men mycket skadliga för vederbörande. Frågan kan få en mera konsekvent behandling, därest ett stadgande härom meddelas i brottsbalken.

Enligt lagrådets mening bör i huvudsaklig anslutning till kommitténs förslag upptagas en bestämmelse, att den som om annans verksamhet utsprider oriktig uppgift, som är ägnad att ekonomiskt skada denne, skall dömas för ekonomiskt förtal. I fall som här avses förutsättes, att uppgiften är osann liksom att den som väcker åtal visar detta. Man får naturligen räkna med att den som lämnat en oriktig uppgift kan gå fri från straff av subjektiva skäl; han har trots på uppgiftens riktighet. Möjligheten till ingripande mot falska rykten kan emellertid i och för sig verka avskräckande och tvingar åtminstone till försiktighet, ehuru något fullständigt skydd icke kan åstadkommas.

Vidare påpekade lagrådet att ärekränkning enligt förslaget endast ansetts kunna riktas mot fysisk person och att grunden härför var att juridiska personer ej ansetts företräda något sådant intresse som straffbestämmelserna avsett att skydda. Beträffande ekonomiskt förtal var enligt lagrådet uppenbart, att i sakens natur ej låg någon sådan begränsning; även juridiska personer var bärare av ekonomiska intressen. Lagrådets förslag avsåg att täcka även det fallet att förtalshandlingen gällde en juridisk persons verksamhet. Eftersom inte blott ekonomisk verksamhet avsågs, blev även ideella föreningar enligt lagrådets förslag skyddade mot angrepp som ekonomiskt skadade dem, t. ex. genom att medlemmar föranleddes lämna föreningen eller annat avbräck uppstod.

I propositionen med förslag till brottsbalk vidhöll departementschefen sin ståndpunkt att ett stadgande om ekonomiskt förtal inte borde upptas i brottsbalken (prop. 1962: 10 s. C 183).

De i propositionen föreslagna och sedermera av riksdagen antagna stadgandena om ärekränkning i brottsbalkens 5 kap., vilka trätt i kraft från och med den 1 januari 1965, har redovisats i avsnittet om gällande rätt.

Med brottsbalkens ärekränkingskapitel kan inte sådant förtal, som lämnar vederbörandes personliga ära okränkt men drabbar honom ekonomiskt, åtkommas med rättsliga sanktioner. Kapitlet har nämligen enbart till syfte att skydda den enskildes ära, hans aktning och personliga anseende i andras och egen uppfattning. Givetvis kan ärekränkningen drabba den utpekade även ekonomiskt, men detta är subsidiärt och nämns inte särskilt i lagen. Ekonomiskt förtal kan således beivras med straff och skadestånd endast om det är så att säga en biverkan av personligt förtal.

Frågan om ekonomiskt förtal av juridiska personer har inte lösts genom brottsbalken. Visserligen torde brottsbalkens ärekränkingskapitel, liksom

strafflagens, vara tillämpligt på sådana yttranden som formellt avser en juridisk person men som måste så förstås att en eller flera personer därigenom utpekas. Denna praxis kan belysas med det tidigare nämnda rättsfallet NJA 1950 s. 250. Där riktade sig nämligen de såsom ärekränkning bedömda uttalandena strängt taget mot ett aktiebolag såsom medlem i en organisation. Men det antogs av domstolarna att det för mottagarna av den ifrågavarande cirkulärskrivelsen var känt vem som var bolagets verkställande direktör och dennes namn ingick också i bolagets firma. Vid sådant förhållande fästes inte avseende vid den i målet gjorda invändningen att verkställande direktören inte nämnts i skrivelsen och att juridisk person inte kunde vara objekt för ärekränkning. Men då det gäller mindre »personifierade» juridiska personer erbjuder brottsbalken inget förtalsskydd.

Under riksdagsbehandlingen av brottsbalken väcktes en motion (1962: I: 536) vari upptogs frågan om straffrättsligt skydd för kollektiva enheter. Enligt motionärens mening var det angeläget att riksdagen övervägde huruvida behov förelåg av en straffbestämmelse av något slag som kunde bereda skydd åt stiftelser, företag och sammanslutningar, fackliga och andra, mot i vart fall sanningslösa påståenden, som föranledde ekonomisk skada. Motionen avstyrktes av första lagutskottet, som emellertid uttalade (L¹U 1962: 42 s. 40).

Utskottet anser det möjligt att frågan om ekonomiskt förtal ej kan erhålla en tillfredsställande reglering inom den naturliga ramen för lagstiftningen mot illojal konkurrens. Eventuellt kan det då visa sig lämpligt att i brottsbalken upptaga ett stadgande i ämnet. Spörsmålet härom synes dock icke böra upptagas till ytterligare övervägande i förevarande sammanhang utan först då utredningen om illojal konkurrens, vilken numera omhänderhar varumärkes- och firmautredningens ifrågavarande uppgifter, har framlagt resultatet av sitt arbete.

På utredningen om illojal konkurrens ankommer således att försåvitt angår förhållandet näringsidkare emellan ta ställning till frågan om ekonomiskt förtal.

Vad gäller i näringsverksamhet använda sanningslösa uppgifter och påståenden, vilka ekonomiskt skadar näringsidkare, hänvisar utredningen till sitt förslag till stadgande mot sådan framställning som är oriktig eller vilseledande och ägnad att påverka efterfrågan på eller utbudet av vara, tjänst eller annan nytthet. Med förslaget blir det möjligt att ingripa mot i näringsverksamhet använda oriktiga och vilseledande framställningar, som medför risk för att konsumenter och andra som tar del av dem påverkas i sitt handlande. Härigenom bereds i första hand konsumenter och andra adressater men i andra hand också andra näringsidkare ett skydd mot skada till följd av oriktiga eller vilseledande uppgifter. Och enligt förslaget skall, liksom enligt 1 § IKL, skadad näringsidkare ha möjlighet att åberopa stadgandet som grund för skadeståndstalan mot den för framställningen ansvarige.

Förslaget till stadgande mot oriktiga eller vilseledande framställningar ger alltså — såvitt angår förhållandet näringsidkare emellan — indirekt det rättsskydd som skulle följt av straffrättskommitténs och lagrådets förslag till stadgande mot ekonomiskt förtal. Rättsskyddet enligt förslaget gäller givetvis för varje skadad näringsidkare, oavsett om det är fråga om fysisk eller juridisk person.

Utredningens förslag till stadgande mot framställningar, som på grund av sin utformning eller genom att angå ovidkommande förhållande är otillbörliga gentemot annan näringsidkare, lämnar därhän frågan om uppgiften är riktig eller vilseledande eller inte. Här är en olikhet mellan utredningens förslag och de nämnda förslagen till stadgande mot ekonomiskt förtal inom brottsbalkens ram, vilka ju endast tog sikte på ogrundade eller oriktiga uppgifter. Det nu framlagda förslaget, som också primärt avser framställningar, ägnade att ha kommersiell effekt, medför alltså indirekt ett rättsskydd för andra näringsidkare, som går något utöver vad som skulle ha uppnåtts med straffrättskommitténs och lagrådets förslag till stadgande mot ekonomiskt förtal.

Om näringsidkare eller om varor eller tjänster kan givetvis lämnas oriktiga eller vilseledande uppgifter med större eller mindre skadeverkningar för den drabbade i många andra sammanhang än dem som omfattas av utredningens nämnda förslag. Särskilt kommer i blickpunkten inkorrekt konsumentupplysning. Mot näringsidkare riktat ekonomiskt förtal kan också, exempelvis i hämnsyfte, spridas av privatpersoner. Ekonomiskt förtal kan drabba juridiska personer, som inte är näringsidkare. Utredningen har emellertid — såsom i fråga om konsumentupplysning skall utvecklas i det följande — funnit det falla utanför dess uppdrag att ta ställning till annat ekonomiskt förtal än sådant, som berör förhållandet näringsidkare emellan. Utredningen anser det emellertid angeläget att de återstående betydelsefulla frågorna om ekonomiskt förtal utreds. I viss utsträckning torde detta göras av 1963 års konsumentupplysningskommitté.

Förslaget från tryckfrihetsrättslig synpunkt

Den svenska tryckfrihetsrättens utformning medför problem vid lagstiftning om reklam, eftersom reklam oftast framträder i tryckt skrift.

Grundläggande för tryckfriheten är bestämmelsen i § 86 regeringsformen, vari bl. a. stadgas att med tryckfrihet förstås varje svensk mans rättighet att, utan några av den offentliga makten i förväg lagda hinder, utgiva skrifter, att sedermera endast inför laglig domstol kunna tilltalas för deras innehåll, och att icke i annat fall kunna därför straffas, än om detta innehåll strider mot tydlig lag, given att bevara allmänt lugn, utan att återhålla allmän upplysning.

I 1 kap. 1 § TF föreskrivs i anslutning härtill att i överensstämmelse med de i regeringsformen fastställda grunderna för en allmän tryckfrihet och

till säkerställande av ett fritt meningsutbyte och en allsidig upplysning det skall stå varje svensk medborgare fritt att, med iakttagande av de bestämmelser som är i TF meddelade till skydd för enskild rätt och allmän säkerhet, i tryckt skrift yttra sina tankar och åsikter, offentliggöra allmänna handlingar samt meddela uppgifter och underrättelser i vad ämne som helst. Det skall ock stå envar fritt att, i alla de fall då ej annat är i TF föreskrivet, meddela uppgifter och underrättelser i vad ämne som helst för offentliggörande i tryckt skrift till dess författare eller utgivare eller, om för skriften finnes särskild redaktion, till denna eller till företag för yrkesmässig förmedling av nyheter till periodiska skrifter.

Av 1 kap. 3 § TF framgår att för missbruk av tryckfriheten eller medverkan däri ej någon må i annan ordning eller i annat fall än TF bestämmelser kunna tilltalas eller dömas till ansvar eller ersättningssskyldighet eller skriften konfiskeras eller läggas under beslag. Här åsyftas för det första straffbestämmelserna i 7 kap. TF, vars 4 § stadgar att med beaktande av det i 1 § TF angivna syftet med en allmän tryckfrihet skall såsom otillåtet yttrande i tryckt skrift anses sådan enligt lag straffbar framställning som innefattar vissa särskilt uppräknade brott. Bland de uppräknade brotten återfinns ärekränkning mot enskild person — förtal, förtal av avliden och förolämpning — beskrivet på samma sätt som i BrB. För det andra åsyftas de särskilda ansvarighetsreglerna i 8 kap. TF, vari anges vem som har att ansvara för tryckfrihetsbrott. För periodisk skrift är detta i regel utgivaren eller, under vissa förutsättningar, i tur och ordning ägaren, boktryckaren eller utspridaren. För ej periodisk tryckt skrift ansvarar i regel författaren eller i vissa fall utgivaren eller, under vissa förutsättningar, i tur och ordning förläggaren, boktryckaren eller utspridaren. För det tredje åsyftas speciella, från vad eljest gäller avvikande bestämmelser i 9—12 kap. TF om tillsyn och åtal, särskilda tvångsmedel, enskilt anspråk och rättegången i tryckfrihetsmål. Av dessa bestämmelser må endast nämnas att justiti kanslern normalt är åklagare, i vissa fall efter anmälan av justitieministern, att enskilt anspråk i princip endast får riktas mot den som svarar för tryckfrihetsbrottet samt att frågan om skriftens brottslighet i regel skall prövas av en jury, ett system som inte i övrigt förekommer i svensk rätt.

1812 års TF hade i sin 1876 antagna lydelse en mer kategorisk avfattning av vad som skulle förstås med tryckfrihet. Enligt 1 § 1 mom. fick nämligen icke någon i annan ordning eller i annat fall än TF stadgade för tryckt skrifts innehåll tilltalas eller straffas. Detta synes tidigare ha uppfattats så, att även andra medelst tryckt skrift begångna brott än som innefattade missbruk av det fria ordet skulle straffas i den för tryckfrihetsbrott stadgade ordningen.

Denna uppfattning av tryckfrihetens innebörd mötte emellertid kritik. Dåvarande professorn Nils Alexanderson anförde i Föreläsningar över den svenska tryckfrihetsprocessen (Uppsala 1907) följande.

Däremot är det alldeles klart — ehuru motsatsen stundom påstås i missriktat

nit om vad som förmenas vara tryckfrihet — att 1 § 1 mom. tryckfrihetsförordningen ingalunda innebär att varje åtalat förfarande, som begagnat det tryckta ordet för att förmedla sitt syftes uppnående, skulle falla under tryckfrihetsprocessens regler. Det oriktiga häri finner man lätt genom en befogad jämförelse mellan yttrandefrihet och tryckfrihet. Om en bedragare begagnar sig av en tryckt annons för att nå sitt mål, så är det lika litet ett tryckfrihetsbrott som det skulle kunna falla oss in att beteckna den muntliga bedrägliga framställningen som ett brottsligt överträdande av *yttrandefrihetens* gränser. Kriminaliseringen har i bägge fallen tydligen skett ur en alldeles annan synpunkt.

Patentlagstiftningskommittén utgick emellertid i sitt förslag till lag mot illojal konkurrens från att TF borde vara ensam normerande i fråga om ansvaret för illojal konkurrens genom tryckt skrift (1915 års betänkande s. 435). Enligt kommitténs förslag skulle detaljerade bestämmelser om illojal konkurrens intas i TF, men för dessa brott skulle delvis tillämpas ett annat ansvarighetssystem och ett annat processuellt förfarande än för övriga tryckfrihetsbrott. De föreslagna ändringarna i TF väckte så starka betänkligheter att i 1919 års lag mot illojal konkurrens endast upptogs sådana former av illojal konkurrens som bara i sällsynta undantagsfall kunde tänkas beröra tryckt skrift, nämligen obehörigt användande eller delgivande av yrkeshemligheter och tekniska förebilder samt bestickning och tagande av muta.

Då frågan om lagstiftning mot illojal reklam ånyo togs upp utarbetades ett förslag, enligt vilket inte själva tillkännagivandet av en oriktig uppgift utan varans eller yrkesprestationens tillhandahållande under lämnande av den oriktiga uppgiften skulle kriminaliseras. Lagrådet ansåg inte detta förslag strida mot TF. Om innebörden av 1 § 1 mom. TF gick dock meningarna i lagrådet något isär (prop. 1931: 175 s. 45). Departementschefen uttalade som sin mening att betydelsen av brottsbegreppets utformande på ena eller andra sättet — kriminalisering av ett vilseledande meddelande såsom sådant eller av ett förfarande, vari meddelandet ingick såsom en nödvändig förutsättning för brottet — i någon mån överskattats. Var det så att tryckfriheten inte berördes genom det föreslagna stadgandet och att det däri angivna förfarandet således kunde och borde beivras jämlikt allmän lag, kom frågan inte i förändrat läge därigenom att straffet knöts till själva meddelandet. Det var i intetdera fallet det fristående meddelandet, som påkallade ingripande, utan *meddelandet såsom ett led i ett förfarande, vari ingick andra ur straffrättslig synpunkt betydelsefulla moment*. Av hänsyn till TF förelåg därför enligt departementschefens mening inte anledning att vidhålla den i förslaget upptagna brottsbeskrivningen (prop. 1931: 175 s. 57).

Stadgandet fick härefter sin ännu gällande utformning och är tillämpligt även om meddelandet sker i tryckt skrift.

Samma principiella uppfattning av tryckfrihetens innebörd, som framförts av Alexanderson 1907 samt av lagrådet och i det citerade departementschefsyttrandet under förarbetena till IKL, hade också 1944 års tryckfrihets-

sakkunniga. I sitt betänkande framhöll de, att den i TF uttryckta principen att förordningen ensam reglerade brottsligheten av tryckt skrifts innehåll hade en begränsad räckvidd. Detta utvecklades sålunda (SOU 1947:60 s. 119).

Den gäller icke i fråga om varje förfarande, i vilket skriftens innehåll, taget i bokstavig mening, ingår som ett led. Vissa brott, vid vilka tryckt skrift kommit till användning, bedömas omedelbart enligt bestämmelser i annan lag. I praktiken har den uppdelning som skett mellan tryckfrihetsbrott och brott, vilka sålunda falla under allmän lag, vunnit en viss stadga.

Förklaringen till att det måste anses naturligt och riktigt att omedelbart under straffbud i annan lag än tryckfrihetsförordningen hänföra vissa förfaranden, som ske genom eller med tillhjälp av yttrande eller meddelande i tryckt skrift, ligger såsom Alexanderson framhållit däri att dessa förfaranden äro brottsliga i annat avseende än såsom ett överskridande av yttrandefrihetens gränser. Det är alltså tryckfrihetens innebörd och syfte som här måste vara avgörande. Tryckfriheten har i första rummet till uppgift att säkerställa en fri nyhetsförmedling och en obesuren politisk debatt, och det är denna uppgift som föranlett att tryckfriheten, såsom en förutsättning för ett fritt samhällsskick, reglerats i grundlag. I nära samband med tryckfrihetens politiska uppgift står dess betydelse ur en mera vidsträckt kulturell synpunkt såsom grundval för en allmän upplysning. Som missbruk av tryckfriheten upptagas yttranden eller meddelanden, som äro menliga för staten eller samhällslivet eller som kränka den enskilde medborgaren. Däremot har tryckfrihetsförordningen icke tagit som sin uppgift att i alla avseenden reglera bruket av tryckta skrifter. Begagnandet av trycket *såsom ett medel i den enskilda näringsverksamhetens tjänst*¹ kräver ej grundlagsskydd. Därför böra ej heller oredliga eller illojala yttranden och meddelanden kriminaliseras såsom tryckfrihetsbrott. Teoretiskt vore det tänkbart att tryckfrihetsförordningen finge anses reglera allt bruk av tryckta skrifter och att däri såsom missbruk av tryckfriheten upptoges varje brottsligt förfarande, vid vilket tryckt skrift kommit till användning. Något praktiskt syfte skulle en dylik utsträckning av tryckfrihetsförordningens ram dock icke tjäna. Det vore meningslöst och i vissa fall direkt olämpligt, att i de särskilda processuella former, som utbildats för tryckfrihetsmål, behandla de brott som därigenom skulle dragas in under begreppet tryckfrihetsbrott. Vissa bestämmelser i tryckfrihetsförordningen, såsom ansvarighetsreglerna och reglerna om övervakning av tryckta skrifter, förutsätta att skriftens brottslighet kan bedömas med ledning av dess innehåll. Starka betänkligheter måste inställa sig mot att göra utgivaren av en periodisk skrift ansvarig för meddelanden, vilka erhålla sin avsedda innebörd först genom förhållanden som äro undandragna hans kontroll eller om vilkas förhandenvaro det icke rimligen kan åläggas honom att förskaffa sig närmare kännedom. Härom hänvisas till det följande. Det må erinras om att patentlagstiftningskommittén till följd av sin vidsträckta tolkning av begreppet tryckfrihetsbrott nödgades föreslå undantag från tryckfrihetsförordningens ansvarighetsregler och processuella bestämmelser i fråga om illojal konkurrens.

Den gränsdragning som genom rättsutvecklingen kommit till stånd mellan tryckfrihetsbrotten och andra genom eller med tillhjälp av tryckt skrift begångna brott är uppenbarligen ur praktisk synpunkt tillfredsställande. Den lämnar även en säker grund för bedömande av vad som åtnjuter grundlagsskydd. Inom de områden som hänförts till tryckfrihetsbrott kan någon ytterligare kriminalisering

¹ Kursiveringarna på s. 83 och 85 gjorda här.

icke ske annat än i form av ett straffbud mot dylikt brott; tryckfriheten kan således icke inskränkas på annat sätt än genom grundlagsändring. Även en omarbetad tryckfrihetsförordning bör i fråga om innebörden av begreppet tryckfrihetsbrott principiellt intaga samma ståndpunkt som gällande rätt.

Departementschefen anförde i propositionen med förslag till ny TF (prop. 1948: 230 s. 171).

Angivandet i tryckfrihetsförordningen av vad som är tryckfrihetsbrott tjänar två uppgifter: dels blir därigenom gränserna för den lagliga tryckfriheten utstakade i grundlagen och tryckfriheten sålunda skyddad mot förhastade inskränkningar och dels bildar detta begrepp utgångspunkt för de särbestämmelser som gälla bl. a. angående ansvarighet och rättegången i tryckfrihetsmål. Däremot avser regleringen av tryckfrihetsbrotten icke att i princip giva yttrandefriheten en annan utsträckning, då framställningen sker i tryckt skrift, än i andra fall; tvärtom har en anknytning till straffbuden i den allmänna strafflagen, såsom jag tidigare framhållit, ansetts motiverad.

De synpunkter som sålunda äro bestämmande för begreppet tryckfrihetsbrott föranleda att dit räknas endast sådana brott som innebära ett missbruk av den yttrandefrihet tryckfrihetsförordningen avser att värna, under det att brott som icke äro av denna beskaffenhet böra kunna straffas omedelbart enligt allmän lag, även om framställning i tryckt skrift ingår som ett led i det brottsliga förfarandet. En sådan uppdelning har också kommit till stånd genom rättsutvecklingen; här-om hänvisas till de sakkunnigas betänkande. Att giva de grundsatser, varå denna gränsdragning bygger, ett uttryck i lagtexten skulle ha till uppgift att vid en utvidgad kriminalisering i strafflagen underlätta ett bedömande av frågan, huruvida denna, utan motsvarande ändring i tryckfrihetsförordningen, kan tillämpas i fråga om framställning i tryckt skrift. Emellertid möter det stora svårigheter att utforma ett dylikt principstadgande. Vad här avses är egentligen icke något annat än ett angivande av tryckfrihetens innebörd och syfte, vilket kommit till uttryck redan i 1 kap. 1 §. Att härutöver upptaga något ytterligare därom i detta kapitel synes icke påkallat.

I ett av högsta domstolen avgjort mål har frågan om i vilken utsträckning brott, som begåtts med hjälp av tryckt skrift, kan straffas enligt annan författning än TF kommit på sin spets. Det gällde åtal mot en chefredaktör för att en daglig tidning innehållit meddelanden om vinstnummer i utländskt lotteri. Chefredaktören hade yrkat att målet skulle handläggas som tryckfrihetsmål. Domstolarna handlade det emellertid som vanligt brottmål och högsta domstolen dömde jämlikt 6 och 10 §§ lotteriförordningen till ansvar (NJA 1961 s. 715).

1961 års nykterhetslagskommitté diskuterade i sitt betänkande om alkoholreklamen huruvida det ur tryckfrihetsrättslig synpunkt mötte hinder att i och i anslutning till rusdrycksförsäljningsförordningen införa begränsningar i rätten att göra reklam för alkoholhaltiga drycker. Kommittén anförde därvid bl. a. (SOU 1964: 6 s. 71).

Gränsdragningen mellan å ena sidan gärningar, som exklusivt skall bedömas jämlikt TF, och å andra sidan övriga medelst tryckt skrift begångna brott brukar anges så, att under TF faller vad som är att anse som missbruk av rätten att uttala åsikter och meddela upplysningar i tryckt skrift, medan gärningar, som är brotts-

liga i annat avseende, behandlas enligt annan lagstiftning. Hur gränsen skall dragas i de särskilda fallen är, såsom framgår av den förda diskussionen, stundom vanskligt att avgöra. Tydligt är, att *avgörande vikt icke kan fästas vid exempelvis om ett meddelande i en tidning är redaktionellt eller införts såsom annons*. Även då det gäller annonser kan uppenbarligen vara fråga om ett missbruk av yttrandefriheten, och i det nyss återgivna rättsfallet meddelades en fällande dom jämlikt lotteriförordningen, oaktat meddelandet varit redaktionellt. Uppenbarligen kan man inte heller hänföra ett fall till TF, enbart därför att det till någon del kan anses innebära meddelande av upplysningar eller uttalande av åsikter. Då skulle praktiskt taget all reklam kunna falla under TF. På motsvarande sätt synes det uppenbarligen felaktigt att utanför TF:s område föra alla fall, där något intresse föreligger av annan art än som sammanhänger med den politiska debatten och åsiktsbildningen samt institutioners och enskilda personers goda namn och rykte.

Praxis i lagstiftning och rättskipning synes i stället kunna uppfattas så, att man i varje särskilt fall främst bör fästa sig vid förfarandets huvudsakliga karaktär, nämligen om detsamma väsentligen framstår som ett missbruk av yttrandefriheten eller i främsta rummet innebär ett angrepp på andra av rättsordningen skyddade intressen än dem som TF vill skydda.

När det gäller lagstiftning om utövande av näringar, får det i enlighet härmed anses fastslaget, att tämligen långt gående inskränkningar i rätten att använda tryckt skrift för reklam- och liknande ändamål kan föreskrivas i denna lagstiftning, alltså i annan lagstiftning än TF.

Justitiekanslersämbetet framhöll i utlåtande över betänkandet om alkoholreklamen att det med de vaga kriterier som gällde ofta måste vara oklart om ett förfarande låg inom gränserna för det område som de särskilda tryckfrihetsreglerna avsåg att värna. Främjande av otillåtet lotteri bestraffades i vanlig straffprocessuell ordning även om gärningen förövats genom tryckt skrift. Uppvigling, dvs. uppmaning eller förledande till brottslig gärning m. m., kunde däremot, om meddelandet spreds i tryck, icke bedömas straffrättsligt i annan ordning än i tryckfrihetsmål ens om den åsyftade gärningen var en tämligen harmlös ordningsförseelse. Oriktiga tidningsuppgifter som ansågs ärekränkande för någon skulle i regel komma under bedömning i tryckfrihetsmål. Gjordes det gällande att syftet med uppgifterna var att påverka priset på vara, värdepapper eller annan egendom — uppgifterna avsåg exempelvis en finansman — torde däremot frågan om uppgifterna var brottsliga (såsom en form av svindleri) ankomma på allmän domstol i vanligt brottmål. Justitiekanslersämbetet anförde vidare.

Ämbetet kan sålunda ansluta sig till kommitténs yttrande att det kan vara vanskligt att avgöra, hur i de särskilda fallen gränsen skall dragas mellan å ena sidan gärningar, som exklusivt skall bedömas jämlikt TF, och å andra sidan övriga medelst tryckt skrift begångna brott. Däremot kan ämbetet icke utan vidare instämma i kommitténs uttalande, att man i varje särskilt fall främst bör fästa sig vid förfarandets huvudsakliga karaktär, nämligen om detsamma väsentligen framstår som ett missbruk av yttrandefriheten eller i främsta rummet innebär ett angrepp på andra av rättsordningen skyddade intressen än dem som TF vill skydda. Med en sådan ståndpunkt skulle tryckfriheten kunna drabbas av betydande inskränkningar som en följd av regleringar inriktade främst på andra områden av mänskligt liv än informationen och åsiktsbildningen. Detta skulle icke vara förenligt

med det förhållandet att tryckfriheten i vårt land är en grundlagsstadgad rättighet. Utgångspunkten bör i stället vara att ett yttrande i tryckt skrift icke kan komma under bedömande i annan ordning än den i TF föreskrivna i vad det rör ett förhållande som kan sägas tillhöra informationens eller åsiktsbildningens område. Stöd för denna ståndpunkt lämnar förarbetena till TF. I det till grund för TF liggande betänkande av 1944 års tryckfrihetssakkunniga yttrades sålunda att inom de områden, som hänförts till tryckfrihetsbrott någon ytterligare kriminalisering icke kunde ske annat än i form av ett straffbud mot dylikt brott; »tryckfriheten kan således icke inskränkas på annat sätt än genom grundlagsändring» (SOU 1947: 60 s. 120). Högsta domstolen synes också i sitt tidigare nämnda avgörande om främjande av otillåtet lotteri ha ansett det avgörande vara, om förfarandet *berörde* yttrandefriheten eller inte.

För egen del får utredningen anföra följande. Stadgandet mot användningen av oriktiga, vilseledande och vissa otillbörliga framställningar, ägnade att påverka efterfrågan på eller utbudet av varor, tjänster eller andra nyttigheter, är givetvis avsett att vara tillämpligt även för det fall framställningen görs i tryckt skrift. Fråga uppkommer då om stadgandet innebär ett ingrepp i tryckfriheten. Anses det innebära sådant ingrepp, fordras komplettering av TF:s brottskatalog för rättsliga åtgärder mot tryckta framställningar. I så fall blir också TF:s särskilda regler om ansvarighet, åtal, rättegång med jury etc. tillämpliga. Anses stadgandet däremot inte innebära ett ingrepp i tryckfriheten, kan rättsliga åtgärder mot tryckta framställningar göras enligt vanliga ansvarsregler och i vanlig processuell ordning utan hinder av stadgandena i 1 och 3 §§ TF.

Syftet med tryckfrihet är att värna om den fria rätten att uttala åsikter och meddela upplysningar. Inskränkningar i denna rätt får endast göras om hänsynen till enskild rätt eller allmän säkerhet väger tyngre än värdet av den obegränsade friheten. Tryckta framställningar, som innefattar vissa brott mot allmän ordning, mot allmän verksamhet, mot rikets säkerhet o. dyl. hör i princip till tryckfrihetsområdet men är av hänsyn till allmän säkerhet kriminaliserade i TF. Framställningar, som innefattar ärekränkning mot enskild, hör också i princip till detta område. Här är det dock hänsynen till enskild rätt som föranlett att de kriminaliserats i TF.

Framställningar i tryck, vilka innefattar bedrägeri, svindleri eller förselser mot lotteriförordningen, däremot, har ansetts falla utom området för uttalande av åsikter och meddelande av upplysningar. Mot sådana framställningar har alltså kunnat ingripas i vanlig rättslig ordning utan hinder av TF. De har ansetts ligga vid sidan om vad man vill värna med tryckfriheten.

Illojal reklam, såsom det beskrevs i patentlagstiftningskommitténs förslag (lämnar någon genom meddelande, avsett för ett större — — — antal personer — — — oriktig uppgift rörande egen eller annans näringsverksamhet — — — och är uppgiften ägnad att med omförmälda näringsverksamhet — — — förbinda uppfattningen om något — — — gynnsamt — — —) ansågs av kommittén höra till fältet för uttalande av åsikter och meddelande

av upplysningar. I anslutning till denna uppfattning föreslogs omfattande ändringar i TF i syfte att få för illojal reklam lämpliga ansvars- och processregler. Vid införande av 1 § IKL, däremot, segrade efter någon tvekan den uppfattningen att med stadgandet avsedda meddelanden inte hörde till tryckfrihetsområdet. Meddelandena enligt 1 § IKL skilde sig inte från meddelandena enligt patentlagstiftningskommitténs förslag i något annat i detta sammanhang betydelsefullt avseende än att de bara avsåg egna, ej andras förhållanden.

Den genom 1 § IKL stadfästa uppfattningen av TF har, såsom framgår av den lämnade redogörelsen, godtagits vid antagandet av ny TF. 1 § IKL har också många gånger i praxis tillämpats på meddelanden i tryckt skrift.

Utredningens förslag skiljer sig på flera punkter från 1 § IKL. Sålunda omfattar det inte bara oriktiga utan också vilseledande och vissa otillbörliga framställningar, vilka är ägnade att ha kommersiell effekt. Vidare avser det inte bara meddelanden för ett större antal personer utan också individuella meddelanden. Ytterligare en skillnad är att under förslaget faller även uppgifter berörande andra näringsidkares verksamhet och förhållanden. Inte någon av dessa olikheter är enligt utredningens uppfattning av den art att den föranleder en annan bedömning av förhållandet till tryckfriheten än den som gjordes 1931.

Det väsentliga är nämligen enligt utredningens mening *framställningens ändamål*. Tryckfrihetssakkunniga framhöll att begagnandet av trycket som ett medel i den enskilda näringsverksamhetens tjänst ej krävde grundlagskydd och att därför oredliga eller illojala yttranden och meddelanden ej borde kriminaliseras såsom tryckfrihetsbrott. Utredningens förslag avser reklam och andra framställningar, vilka begagnas som medel i näringsverksamhet. Framställningen är inte ett mål i och för sig, inte en åsiktsyttring eller en upplysning som endast har ett kritiskt eller informativt syfte. Målet är vid säljverksamhet att öka egen eller minska annan näringsidkares marknadsandel. Vid inköpsverksamhet är målet att förbättra egna eller försvåra annan näringsidkares möjligheter till förvärv av nyttigheter på gynnsamma villkor. Detta markeras med ordet använda ställt i relation till effektrekvisitet, enligt vilket framställningen skall vara ägnad att påverka efterfrågan på eller utbudet av vara, tjänst eller annan nyttighet. När man använder en framställning såsom en konkurrenshandling bör därför enligt utredningens mening förfarandet falla utanför tryckfrihetsområdet. I motsats härtill står att man uttalar en åsikt eller lämnar en upplysning, vilket faller inom tryckfrihetsområdet.

Utredningen är givetvis medveten om att det i praktiken ibland kan vara svårt att bestämma vad som är en konkurrenshandling och vad som är en åsiktsyttring eller en information. Avgörande vikt kan — som 1961 års nykterhetslagskommitté framhållit — inte fästas vid om framställningen är redaktionell eller eljest i textform eller om den är intagen i en annons. Gränsdragningen måste man överlåta till rättstillämpningen att avgöra i det

konkreta fallet med ledning av de här refererade förarbetena och kommentarerna. Gränsdragningssvårigheten är inte någon nyhet föranledd av utredningens förslag utan i princip alldeles densamma enligt gällande rätt. Enda skillnaden är att stadgandet mot vilseledande reklam m. m. i förslaget givits större räckvidd, varför den angivna svårigheten måhända kan aktualiseras oftare.

Gränsdragningen mot konsumentupplysning m. m.

Såsom framgår av föregående avsnitt är reklam och andra av utredningens förslag omfattade framställningar medel, varigenom man vill nå målet att skaffa sig fördelar i konkurrensen med andra näringsidkare.

Från reklam och därmed jämförbara framställningar är att skilja konsumentupplysning.¹ Därmed avses här objektiv information om varor och tjänster, som utgår från andra än producenter och distributörer och som syftar till att vidga konsumenternas kunskaper. Information om varor och tjänster som inte gör anspråk på strikt objektivitet utan framträder mer som subjektiv bedömning kan benämnas varu-(eller tjänste-)recension. Konsumentupplysning och varurecensioner har ofta formen av en jämförande prövning från konsumentens synpunkt av varor och tjänster med likartat användningsområde. De kan givetvis i hög grad vara ägnade att påverka efterfrågan på varor och tjänster. De hör emellertid till skillnad från reklam och därmed jämförbara framställningar till informationens och åsiktsbildningens område.

Konsumentupplysning och varurecensioner är alltså medel att sprida information och åsikter. Därmed omfattas de inte av utredningens förslag till stadgande om vilseledande reklam m. m. Av ordet »använda» i förslaget markeras att endast framställningar, som är medel att nå kommersiella mål, faller därunder. Oriktig eller vilseledande konsumentupplysning eller varurecension kan sålunda inte angripas med stöd av förslaget. Reklam, som ikläder sig konsumentupplysningens eller varurecensionens skepnad, är däremot underkastad den föreslagna rättsliga normen. Detsamma gäller givetvis oriktig eller vilseledande konsumentupplysning, som åberopas i reklam, samt korrekt sådan information, som åberopas på ett oriktigt eller vilseledande sätt.

Rapporter om provningsanalyser och tekniska undersökningar av skilda slag, som utförts av statliga eller privata forskningsinstitut eller provningsanstalter, är produkter av vederbörandes verksamhet, och felaktigheter i dem kan inte beivras jämlikt det av utredningen föreslagna stadgandet.

¹ Konsumentupplysning har behandlats i en mångfald statliga utredningar, varav i detta sammanhang särskilt må nämnas SOU 1964: 54 Konsumentupplysning i television och SOU 1965: 58 Radioansvarighetslag. Bland nu verkamma utredningar märks särskilt 1963 års konsumentupplysningskommitté.

Samma synpunkter gör sig gällande i fråga om kreditupplysningar. Felaktiga och för enskild person nedsättande uppgifter i kreditupplysning har enligt rättspraxis bedömts som ärekränkning och föranlett skadestånd (NJA 1962 s. 31). Men mot bristfälligheter i själva kreditupplysningen skall inte kunna ingripas med stöd av det föreslagna stadgandet mot oriktiga, vilseledande eller vissa otillbörliga framställningar.

Även i fråga om rapporter om provningsanalyser, kreditupplysningar o. dyl. gäller givetvis att den föreslagna rättsliga normen blir tillämplig, om de är felaktiga och åberopas i reklam eller annat kommersiellt meddelande eller om de åberopas däri på ett oriktigt eller vilseledande sätt.

Förslaget i förhållande till Pariskonventionen

De punkter i Pariskonventionen, som i detta sammanhang är av intresse, är artikel 10 bis 3. 2) och 3).

Enligt punkt 2) skall särskilt förbjudas oriktiga påståenden i utövning av affärsverksamhet, ägnade att misskreditera en konkurrents företag, varor eller verksamhet inom industri eller handel.

Punkten omfattar enligt ordalagen *oriktiga* påståenden över huvud taget, som är ägnade att ha den angivna verkan, oavsett om de förekommer i säljverksamhet, i inköpsverksamhet eller i annan affärsverksamhet. Någon bestämning med avseende på vad påståendena skall handla om finns inte, men av naturliga skäl torde uppgifter av nämnt slag oftast beröra andra näringsidkare eller deras verksamhet eller produkter. Utan betydelse är om påståendena görs i meddelanden avsedda för ett större antal personer eller inte och om de lämnas muntligen eller skriftligen. Punkten avser alla oriktiga påståenden med den angivna effekten i utövning av affärsverksamhet, oavsett vem som gör dem.

Utredningens förslag riktar sig mot bl. a. oriktiga framställningar av näringsidkare, sammanslutning av näringsidkare samt den som är anställd hos eller fullgör uppdrag för näringsidkare eller sådan sammanslutning, såvitt framställningarna är ägnade att påverka efterfrågan på eller utbudet av vara, tjänst eller annan nyttighet. Förslaget tar alltså sikte på faran för effekt hos den som tar del av framställningen. Konventionen behandlar saken ur konkurrentsynpunkt och nämner därför risken för effekt på konkurrentens företag eller verksamhet. Men risk för denna effekt kan inte uppkomma med mindre den i förslaget angivna faran är för handen. Förslaget fyller därför de krav konventionen ställer i artikel 10 bis 3. 2).

Enligt punkt 3) skall särskilt förbjudas uppgifter och påståenden, vilkas användning i utövning av affärsverksamhet är ägnad att vilseleda allmänheten angående saluhållna varors beskaffenhet, tillverkningssätt, egenskaper, användbarhet eller myckenhet.

Denna punkt synes endast ta sikte på uppgifter och påståenden i sälj-

verksamhet. Ordalagen tyder närmast på att bara uppgifter och påståenden om egna varor avses. Såväl individuella uppgifter och påståenden som sådana avsedda för ett större antal personer omfattas, och detta oavsett om de är muntliga eller skriftliga. Genom att risk för allmänhetens vilseledande skall föreligga, faller interna meddelanden utanför punkten. Enligt ordalagen är uppgifternas och påståendenas riktighet eller oriktighet utan intresse, av betydelse är endast om de är ägnade att vilseleda i vissa angivna hänseenden eller ej. Uppgifter och påståenden av den beskrivna arten skall förbjudas, oavsett vem som använder dem i utövning av affärsverksamhet.

Utredningens förslag mot oriktiga eller vilseledande framställningar, vilka är ägnade att påverka handlingsbenägenheten hos dem som tar del därav, synes täcka alla de fall, som avses med ifrågavarande punkt i konventionen.

Specialmotivering till 2 §

Som rubrik har valts *Vilseledande reklam m. m.* Därmed anges det huvudsakliga syftet med paragrafen, som är att möjliggöra rättsligt ingripande mot reklam som är ägnad att vilseleda allmänheten. Ordet reklam är inte entydigt. Utredningen förstår därmed närmast såsom konkurrensmedel brukade väsentligen konsumentinriktade meddelanden till ett större antal personer, avsedda att främja försäljningen av varor och tjänster. Någon exakt definition behövs emellertid inte, eftersom paragrafen omfattar också andra såsom konkurrensmedel använda framställningar.

Paragrafen är uppdelad i tre stycken. Första stycket avser oriktig eller vilseledande framställning, som är ägnad att påverka efterfrågan på eller utbudet av vara, tjänst eller annan nyttighet. Andra stycket avser vissa gentemot annan näringsidkare otillbörliga framställningar, som är ägnade att ha samma effekt. I första och andra styckena är näringsidkare subjekt. I tredje stycket stadgas att bestämmelserna i första och andra styckena gäller också för sammanslutning av näringsidkare samt för den som är anställd hos eller fullgör uppdrag för näringsidkare eller sådan sammanslutning.

Om påföljder för överträdelse av 2 §, om talerätt och om åtgärder för att förhindra fortsatt överträdelse, se kap. IX med specialmotivering till 6—11 §§.

Termen *näringsidkare*, som förekommer i alla tre styckena, har inte definierats i lagtexten. Utredningen anser emellertid att termen i princip bör ges samma vidsträckta innebörd som i andra moderna lagar såsom exempelvis varumärkeslagen (jfr SOU 1958: 10 s. 212) och lagen om företagsinteckning (jfr prop. 1966: 23 s. 75). Enligt vad utredningen inhämtat kommer firmautredningen i sitt betänkande med förslag till ny firmalag att föreslå att begreppet näringsidkare ges samma innebörd i firmarätten som i varumärkesrätten.

Enligt förslaget skall sålunda med näringsidkare förstås envar som yrkes-

mässigt driver verksamhet av ekonomisk art. Med termen näringsverksamhet, som inte förekommer i 2 § men väl i 1 §, avses följaktligen yrkesmässigt bedriven verksamhet av ekonomisk art. Verksamheten behöver inte vara inriktad på vinst vare sig för utövaren eller någon annan. Den omständigheten att den ekonomiska verksamheten avser att främja ett ideellt eller välgörande syfte utgör inte hinder för att vederbörande anses såsom näringsidkare. Inte bara verksamhet inom handel och industri är näringsverksamhet utan till näringsidkare kommer också att hänföras exempelvis hantverkare, lantbrukare samt utövare av s. k. fria yrken, konstnärer, författare, fotografer, arkitekter, advokater, läkare m. fl. Annonss- och reklambyråer, mäklare, speditörer samt konsulterande ingenjörer och andra självständigt verkssamma konsulenter är näringsidkare.

Näringsverksamhet behöver inte vara stadigvarande. Även under begränsad tid bedriven verksamhet av ekonomisk art är enligt förslaget näringsverksamhet. I kravet på yrkesmässighet ligger dock att ett visst mått av permanens fordras. Yrkesmässighet innebär däremot inte att det skall vara fråga om vederbörandes huvudsysselsättning. Även deltidssysselsättning eller extraarbete på fritid kan vara näringsverksamhet.

Näringsidkare kan vara fysisk eller juridisk person. Aktiebolag, handelsbolag och ekonomiska föreningar torde undantagslöst vara näringsidkare, om de över huvud taget driver verksamhet. Stiftelser och ideella föreningar är näringsidkare om de främjar sitt syfte genom att driva näringsverksamhet. Att ett bolag är statligt eller kommunalt betager det inte egenskapen av näringsidkare. Även andra statliga eller kommunala juridiska personer kan vara näringsidkare.

Tolkningen av termerna näringsidkare och näringsverksamhet torde, trots den vidsträckta definitionen, i det övervägande antalet fall inte komma att erbjuda några svårigheter. I uppkommande gränsfall får beaktas stadgandets allmänna syfte att ge möjlighet till ingripande mot ovederhäftiga och vissa otillbörliga kommersiella framställningar.

Enligt första stycket får näringsidkare inte använda oriktig eller vilseledande framställning, som är ägnad att ha viss effekt. Andra stycket stadgar att näringsidkare inte heller får använda vissa otillbörliga framställningar, ägnade att ha samma effekt.

Ordet *använda* markerar att endast framställning som brukas i ändamål att nå ett kommersiellt mål omfattas av stadgandet. Detta har närmare utvecklats i avsnitten om förslaget från tryckfrihetsrättslig synpunkt och gränsdragningen mot konsumentupplysning m. m., till vilka hänvisas.

Med *framställning* avses envar form, varigenom man meddelar sig med andra, i skrift eller tal eller genom bild eller annan särskild anordning. Alla oriktiga eller vilseledande framställningar omfattas av lagförslaget oavsett formen och oavsett om de riktar sig till en eller flera adressater.

Framställning skall alltså fattas i vidsträckt mening. Det omfattar bl. a.

beteckningar som anger eller antyder geografiskt eller kommersiellt ursprung. Varukännetecken som varumärke och firma är också framställningar. Framställningar i form av beteckningar och kännetecken behandlas ytterligare i kap. VIII om oriktiga geografiska ursprungsbeteckningar.

Reklam och andra kommersiella framställningar i skriftlig form, exempelvis i annonser eller reklambroschyrer, på skyltar eller varor, är oftast riktade till många adressater, men kan också i individuell utformning vända sig till enstaka personer, exempelvis i säljbrev och offerter. Muntliga framställningar till flera förekommer bl. a. vid varudemonstrationer och i reklamfilmer samt då varor utropas på auktion men är tills vidare mest typiska i enskilt försäljningsarbete. Skulle i framtiden reklam i radio och television tillåtas i vårt land, kommer betydelsen av muntliga framställningar att öka avsevärt.

Framställningar genom bild, ofta kombinerade med framställningar i tal eller skrift, finns exempel på i opinionsnämndens praxis. I en reklamfilm för ett disk- och ett rengöringsmedel i plastflaskor visades två neutrala glasflaskor, en med beteckningen diskmedel och en med beteckningen rengöringsmedel, stående på en diskbänk. En hand föste ner flaskorna från bänken. Då de nådde golvet gick de sönder och innehållet, en gul vätska, rann ut. Scenbilden kommenterades av speakern med orden »disk- och rengöringsmedel i glasflaska är opraktiskt, föråldrat». Härefter fick man se plastflaskor med disk- och rengöringsmedlen falla i golvet utan att taga någon skada (NOp 1960 rf. 32).

Ett annat exempel på framställning genom bild är följande. En mineralvattenfabrik sålde sina läskedrycker av olika slag i en flaska som var insvängd i mitten och försedd med en särskild kork, en s. k. kronkork. Denna flaska rymde en något mindre kvantitet än den gängse typen av läskedrycksflaskor. Företaget anmälde till opinionsnämnden, att i några tidningar i orten vid flera tillfällen förekommit en annons med rubriken »Köp ekonomiskt». Annonsen dominerades av en illustration, som återgav två läskedrycksflaskor i olika storlekar. Den större föreställde en 33 centiliters läskedrycksflaska av den vanliga typen. Den mindre var insvängd i mitten och försedd med kronkork. Skillnaden i storlek på de två flaskorna var avsevärt större på bilden än i verkligheten. Den mindre flaskan var överstruken med ett kryss i röd färg. Annonsen innehöll texten »Ni får mer för pengarna om Ni köper läskedryckerna på en större flaska — försedd med den praktiska Alkakapsylen som öppnas utan speciell nyckel» (NOp 1958 rf. 41).

Till opinionsnämnden har ibland anmälts fall av missvisande layout. Ett exempel var en annons, uppdelad i två lika fält genom en vertikal linje. I det vänstra fältet återfanns en s. k. cylindertvättmaskin samt viss beskrivande text. I det högra fältet var en s. k. agitatormaskin avbildad. Utredningen visade att den beskrivande texten i själva verket avsåg agitatormaskinen. Nämnden fann att annonsen var ägnad att till läsaren förmedla en oriktig uppfattning om cylindermaskinens egenskaper (NOp 1958 rf. 34).

I rättsfallsöversikten finns ett annat exempel på vilseledande layout. Det gällde ett reklamcirkulär om en konkursrealisation. Cirkulärets framsida dominerades helt av rubriken »Konkurs-REA», tryckt med fetstil i mycket stor stilgrad. Emellertid avsåg försäljningen till betydande del även varor, som inte härrörde från något konkursbo. Trots att detta förhållande påpekats av annonsören genom ett särskilt meddelande i cirkuläret, fann opinionsnämnden — vars yttrande inhämtades — att reklamcirkuläret genom det starka framhävande av »Konkurs-REA» varit ägnat att vilseleda allmänheten om försäljningens verkliga innebörd (Rådhusrätten i Malmö, Avd. VI, rotel 2, dom nr 240/1960; NOp 1960 rf. 33).

Såsom exempel på framställning genom annan särskild anordning nämnades i förarbetena till gällande lag att en affärsman i skyltfönster med maskingjorda mattor lät en person knyta mattor för hand. Från rättspraxis kan antecknas det i rättsfallsöversikten omnämnda s. k. nagelfilsprevet. Detta tillgick så att en nagelfil drogs med spetsen mot väven på en spänd nätnylonstrumpa. Detta prov kunde enligt utredningen i målet lika väl utföras på strumpor tillverkade i vanlig slätstickning utan att dessa skadades. Provet gav sålunda en helt missvisande bild av de ifrågavarande nätnylonstrumpornas hållbarhet (Rådhusrätten i Malmö, Avd. V, rotel 1, dom nr 6/1960; NOp 1959 rf. 27).

Sådana demonstrationer, liksom demonstrationer i övrigt, går in under framställning genom annan särskild anordning. Med detta uttryck avses över huvud taget varje åtgärd, varigenom man kan kommunicera med andra utan att begagna tal, skrift eller bildframställning. Ett exempel, som påtalats i Förenta Staterna, är belysning av kött med rött sken. Tänkbart är också anordningar, med vilka man påverkar lukt-, smak- och känselorganen.

Vad gäller *framställningens objekt* innehåller första stycket ingen begränsning. Oriktiga eller vilseledande framställningar torde oftast anknyta till eget företag eller egna varor och tjänster men kan likaväl behandla andra näringsidkares företag, varor och tjänster. I andra stycket har man däremot en inskränkning med avseende på objektet. Andra stycket tar sikte endast på vissa otillbörliga framställningar, som är inriktade på annan näringsidkare. Vad som inte får användas är framställningar som till följd av vissa omständigheter är otillbörliga gentemot annan näringsidkare.

Det centrala kravet på reklam och andra kommersiella framställningar är att de är *vederhäftiga*. Detta uttrycks i förslaget därmed att framställningen inte får vara *oriktig* eller *vilseledande*.

Det har övervägts att inte ange oriktig som alternativ till vilseledande. Ty egentligen visar erfarenheten att meddelandets riktighet eller oriktighet inte är något avgörande kriterium. En objektivt riktig framställning kan vara i hög grad vilseledande. Från rättspraxis kan antecknas det fallet att en person saluförde glas, som tillverkats vid annat glasbruk i Kosta än AB Kosta glasbruk, som »Kosta-glas» och »Glas från Kosta». Underrätt, vars

dom i denna del inte överklagades, fann uppgifterna vilseledande men inte i och för sig oriktiga och frikände därför vederbörande från ansvar enligt 1 § IKL (NJA 1950 s. 365). Ett annat exempel är det i rättsfallsöversikten refererade rättsfallet, där en optiker åtalats för en uppgift om att vetenskapliga ögonundersökningar gjordes. Den frikännande domen synes ha grundats på att uppgiften inte ansetts oriktig. Optikern hade nämligen till sitt försvar åberopat viss högre optikerutbildning. Uppgiften synes emellertid såsom ledande tanken till medicinsk, inte optisk, utbildning vara i vart fall vilseledande (NJA 1935 s. 593).

En i och för sig riktig uppgift kan vara vilseledande därför att den täcker blott en del, kanske en mindre betydelsefull del, av verkligheten. Ett exempel är att man använder beteckningen konkursrealisation om en försäljning, där blott en del av varorna härrör från konkursbo. En framställning kan vara oriktig men ändå inte vilseledande, därför att den inte fattas bokstavligt. I norsk rättspraxis har varubeteckningen »Björnläder» inte ansetts vilseledande, oaktat lädret inte härrörde från björn.

Det kunde därför göras gällande att uppgiftens riktighet eller oriktighet inte borde tillmätas någon självständig betydelse utan att avgörande vikt borde läggas endast vid om den är vilseledande eller ej. Utredningen har emellertid stannat för oriktig eller vilseledande såsom första bestämning av vad som gör uppgiften otillätlig. Främst har detta skett av bevis tekniska skäl. En oriktig uppgift är, typiskt sett, ofta ägnad påverka efterfrågan på eller utbudet av vara, tjänst eller annan nyttighet. Är uppgiften klart oriktig och angår den någon väsentlig omständighet kan man som regel presumera att risk föreligger för denna effekt.

För att det skall kunna avgöras om en framställning är oriktig eller vilseledande måste den avse något, som kan verifieras. Sådana framställningar framträder oftast i form av vanliga påståenden. Men framställningarna kan också ges formen av personliga deklARATIONER eller meningsyttringar. Formen är emellertid av underordnat intresse. Det är framställningens karaktär av att vara verifierbar, som är av betydelse.

Huruvida uttalanden i smakfrågor kan vara vilseledande eller ej beror på omständigheterna i varje särskilt fall. Uttryck som angenäm doft, charmant stil, attraktiv lyster eller vacker utformning uppfattas ofta såsom fallande utanför vederhäftighetskategorien. Men förhållandet kan vara ett annat. Används exempelvis uttrycket utsökt bouquet om ett vin, som bland vinkonsumenter i allmänhet bedöms som klart undermåligt, måste uttrycket anses såsom oriktigt eller åtminstone vilseledande. Ren suggestionsargumentering torde i regel falla utanför stadgandet.

Förtiganden kan innefatta en oriktig eller vilseledande framställning. Ett exempel härpå är att man refererar endast en positiv del av en bok-, film- eller varurecension, men underlåter att nämna en viktig reservation, som ger en väsentligt annan valör åt det positiva omdömet. I ett i Norge prö-

vat fall gjorde producenten av en hudkräm reklam med att krämen använts under en bergsbestigningsexpedition på stor höjd. Vederbörande underlät emellertid att påpeka att den av expeditionen använda krämen inte var av den vanliga i handeln förekommande kvaliteten utan en specialkräm, särskilt utexperimenterad för det avsedda ändamålet. I reklam återopade provningsanalyser och tekniska undersökningar kan genom utslutningar eller omredigering ge en helt felaktig totalbild av den produkt analysen eller undersökningen behandlar.

Även för *överdrifter* i reklam och andra kommersiella framställningar är gränsdragningen mellan vad som kan och vad som inte kan göras till föremål för objektiv bedömning av betydelse. Som exempel på verifierbara framställningar kan nämnas »Stadens billigaste priser», »Landets största urval» och »Landets förnämsta persienner». Enligt förarbetena till IKL borde överdrifter i reklam i det stora hela godtas, eftersom de inte brukade tas bokstavligt. Sedan dess har emellertid inställningen till överdrifterna såväl inom näringslivet som bland allmänheten skärpts. Till detta har bidragit strävandena under efterkrigstiden till objektiv konsumentupplysning samt Näringslivets Opinionsnämnds tämligen stränga bedömning av överdrifter. Utredningen håller för troligt att många överdrivna uppgifter om beskaffenheten av varor eller material, särskilt nya och oprövade dylika, uppfattas efter ordalagen och följaktligen är ägnade att påverka köplusten. Utredningen rekommenderar därför en förhållandevis sträng praxis i fråga om överdrifter.

Rättspraxis på grundval av 1 § IKL erbjuder ett exempel på en överdrift som ansetts straffri men som, såvitt det objektiva angår, bör falla inom ramen för det angripbara enligt utredningens förslag. Det gäller den i rättsfallsöversikten refererade frikännande domen, avseende ett fall, där skinn av knappt medelgod kvalitet betecknats som utvalda skinn av högsta kvalitet (NJA 1957 s. 188).

Gentemot ett påstående att en framställning i exempelvis en annons eller en cirkulärskrivelse är oriktig eller vilseledande skulle kunna invändas att framställningen med säkerhet skulle tillrättaläggas under ett efterföljande köpresonemang. En sådan invändning synes inte böra beaktas vid bedömning av om ingripande mot framställningen skall göras med stöd av förslaget. Det bör således krävas av framställningen att den inte är i sig oriktig eller vilseledande, oavsett vilka möjligheter till efterhandskorrigeringar, som eventuellt kan finnas.

Enligt andra stycket får inte heller användas framställning, som *på grund av sin utformning eller genom att den angår ovidkommande förhållande är otillbörlig gentemot annan näringsidkare.*

I första stycket av förslaget är fråga om framställning, som är oriktig, osann, ovederhäftig eller på ett eller annat sätt missvisande och som däri-

genom är ägnad att påverka dem som tar del av den. I andra stycket saknar frågan om framställningens riktighet eller oriktighet, vederhäftighet eller ovederhäftighet betydelse. Av betydelse är däremot till en början om framställningen på grund av sin utformning är otillbörlig gentemot annan näringsidkare och till följd därav ägnad att påverka den som tar del av den.

Givetvis kan dock en framställning falla under beskrivningen i båda styckena, vara både oriktig eller vilseledande och otillbörlig till sin utformning.

Enligt andra stycket kan man alltså inskrida mot framställningar, som är för andra näringsidkare såsom sådana chikanösa, sårande, kränkande eller i övrigt på grund av sin utformning otillbörliga. Framställningen behöver inte direkt beröra den andra näringsidkaren. Även framställningar, som på ett chikanöst sätt omnämner andras varor, tjänster eller nyttigheter, får anses vara på grund av sin utformning otillbörliga gentemot den näringsidkare, som producerar eller distribuerar dem.

Från norsk rättspraxis kan antecknas en annons om glödlampor, där en producent hade omnämnt en konkurrents produkter som »tjuvar i ert hem» med ledsagande illustrationer som passade härtill. Den norska domstolen fann annonsen både till form och innehåll otillbörlig enligt god affärssed. En sådan framställning är oriktig eller vilseledande till innehållet, om glödlamporna i fråga inte är mer strömkrävande än normalt. Vidare torde den få anses på grund av sin utformning otillbörlig gentemot annan näringsidkare. I italiensk praxis finns ett fall från den tiden, då tillsats av klorofyll var ett försäljningsargument bland tvål- och tandkrämsfabrikanter. En konkurrent annonserade med bilden av en get och en text därtill om att geten åt mest klorofyll men ändå inte luktade gott. Denna annons torde få anses som otillbörlig till sin utformning. De nämnda annonserna innehåller alltså enligt andra stycket otillbörliga framställningar.

Angripbara enligt andra stycket är också framställningar som genom att de angår ovidkommande förhållanden är otillbörliga gentemot annan näringsidkare. Avsikten är att ingripande skall kunna göras mot att man i konkurrenskampen alluderar till exempelvis andra näringsidkares eller desas anställdas ras, religion, nationalitet, sexuella avvikelser, undergångna straff e. dyl., om det inte har något med den ifrågavarande näringsverksamheten att skaffa men är ägnat att uppfattas såsom förklenande och därigenom att påverka vederbörandes omsättning.

Enligt både första och andra styckena är en förutsättning för ingripande att framställningen är *ägnad att påverka efterfrågan på eller utbudet av vara, tjänst eller annan nyttinghet.*

Genom detta rekvisit markeras att förslaget gäller externa framställningar över huvud taget, som används i näringsverksamhet, oavsett om de är riktade »framåt» mot återförsäljare eller konsumenter eller »bakåt» mot leverantörer, kreditgivare, arbetstagare eller myndigheter.

Mest praktiskt i normala fall är framställningar i försäljningsverksamhet

avsedda för konsumenter. Men även i inköpsverksamhet kan oriktiga eller vilseledande framställningar eller framställningar som nämns i andra stycket av förslaget vara av stor betydelse. Särskilt gäller detta i tider av brist på råvaror och andra förnödenheter eller av knapphet på arbetskraft, krediter och andra nyttigheter, som erfordras i näringsverksamheten. Det i den föreslagna rättsliga normen uttryckta kravet på att kommersiella framställningar skall vara vederhäftiga och inte på visst sätt otillbörliga gäller generellt.

Dock fordras för att förslaget skall bli tillämpligt att framställningarna är *ägnade att ha kommersiell effekt*. Att någon vilseledes eller bibringas en oriktig uppfattning medför inte i och för sig att förslaget kan återopas. Situationen måste vara den, att en verklig risk föreligger att hans handlande skall påverkas. Används en oriktig eller vilseledande framställning i avsättningsverksamhet skall den för att falla under stadgandet vara ägnad att påverka efterfrågan på vara, tjänst eller annan nyttighet. Begagnas framställningen i inköpsverksamhet skall den vara ägnad att påverka utbudet av vara, tjänst eller annan nyttighet. Uppgifter i allmänt goodwillskapande verksamhet kan, åtminstone på något längre sikt, vara ägnade att ha någon av de angivna effekterna.

Fastän endast framställningar, som är ägnade att ha en kommersiell effekt på adressaterna, avses, bereds genom 2 § första stycket indirekt ett rättsskydd för näringsidkare mot ekonomiskt förtal. Härom hänvisas till avsnittet om ekonomiskt förtal.

Även då det gäller framställningar, som på grund av sin utformning eller genom att de angår ovidkommande förhållande är otillbörliga gentemot annan näringsidkare, är paragrafen tillämplig endast då framställningen är ägnad att påverka efterfrågan på eller utbudet av vara, tjänst eller annan **nyttighet**. Bara framställningar, som kan tänkas ha en kommersiell effekt, avses således. Däremot är avsikten primärt inte att bereda näringsidkare, vare sig fysiska eller juridiska personer, ett kompletterande ärekränkningskydd utöver det som fysiska personer i allmänhet åtnjuter enligt BrB. Indirekt följer emellertid även av andra stycket ett visst rättsskydd för andra näringsidkare.

Vid tillämpningen av påverkansrekvisitet måste beaktas *vilken krets av adressater framställningen vänder sig till*. Är det fråga om reklam för allmänheten torde man böra utgå från den tänkta reaktionen hos en genomsnittskonsument med »normal» fattningsförmåga, erfarenhet och sakkunskap. Men samtidigt måste man komma ihåg att reklam läses flyktigt och oengagerat och att det oftast är ett helhetsintryck läsaren får, inte en nyanserad bild med skilda faktorer. Det är som regel genomsnittskonsumentens tänkta helhetsintryck vid oengagerad läsning, som skall beaktas, inte det intryck, som erhålles vid noggrann genomläsning och analys av skilda detaljer.

Riktat sig reklam till personer som är sakkunniga på ett speciellt område

får man förvänta större möjlighet till kritisk bedömning hos adressaterna. Men även sakkunskap har skilda valörer, en tekniker lägger andra aspekter på en annons om lantbruksmaskiner än en lantbrukare. Förekommer reklam i en facktidsskrift kan man i regel räkna med sakkunniga läsare, men det bör beaktas att många facktidsskrifter läses även av andra än fackmän. Vänder sig reklam till barn, skall bedömningen göras under hänsynstagande härtill. Över huvud taget måste i varje särskilt fall adressatkretsen och dess tänkta reaktioner ägnas en noggrann prövning.

Betydelseöst är heller inte för vems räkning reklamen görs. Vid postorder- och annan »avstånds»-försäljning måste stränga krav på vederhäftighet ställas, eftersom kunderna saknar möjlighet att själva besiktiga varan. Brist på vederhäftighet hos en gatuförsäljare med omedelbar kontakt med sina kunder är måhända mindre ägnad att påverka folks köplust.

Enligt tredje stycket skall bestämmelserna i första och andra styckena äga tillämpning även på *sammanslutning av näringsidkare*.

Här avses inte det fallet att organisationen handlar i egenskap av näringsidkare och begagnar framställningen i sin verksamhet, ty då är första eller andra stycket direkt tillämpligt. Men en sammanslutning av näringsidkare kan också utan att uppträda som näringsidkare använda framställning av sådant slag som beskrivs i första eller andra stycket. Samtliga företagare i en bransch kan exempelvis ha överlåtit på sin organisation att på deras vägnar sköta reklamen för de av företagen tillhandahållna produkterna. Ett annat exempel är att en branschorganisation i en cirkulärskrivelse använder en till sin utformning otillbörlig framställning om en utanför organisationen stående näringsidkare i samma bransch. Genom tillägget i tredje stycket blir då andra stycket tillämpligt på organisationen.

Bestämmelserna i första och andra styckena äger enligt tredje stycket motsvarande tillämpning på den som är *anställd hos eller fullgör uppdrag för näringsidkare eller sammanslutning av näringsidkare*.

Det allmänna intresset av att oriktiga, vilseledande och vissa otillbörliga framställningar inte begagnas som medel i näringsverksamhet har ansetts fordra förbud också för anställda och uppdragstagare att använda sådana framställningar. Bestämmelserna skulle inte vara tillräckligt effektiva eller bereda allmänheten erforderligt skydd om de endast omfattade näringsidkare och organisationer.

Anställda och uppdragstagare som närmast berörs är de som sysslar med försäljnings- eller inköpsverksamhet eller med reklam. Men bestämmelserna gäller inte bara för dessa utan för anställda och uppdragstagare över huvud taget.

Med anställda eller — med en numera vanligare term — arbetstagare menas här alla som enligt tjänste- eller anställningsavtal är i näringsidkares tjänst. Termen arbetstagare förekommer i ett flertal lagar och har i rätts-

tillämpningen stundom vållat besvär, när det gällt att avgöra huruvida viss förmån, som i lagstiftningen knutits till termen, skall tillkomma någon som är verksam för annans räkning. Motsvarande tillämpningssvårigheter torde inte behöva uppkomma i detta sammanhang, eftersom enligt förslaget med arbetstagare skall jämföras den som fullgör uppdrag för näringsidkare. Någon gränsdragning behöver alltså inte göras i detta hänseende.

Med de som fullgör uppdrag för näringsidkare åsyftas alla som utan att vara anställda handlar på näringsidkares vägnar enligt givet uppdrag. Det kan gälla exempelvis en reklambyrå eller annan konsult, som på näringsidkarens vägnar handlar självständigt utåt. Ledamöter i beslutande organ hos sådana juridiska personer, som är näringsidkare, exempelvis styrelseledamöter i aktiebolag, bör här anses fullgöra uppdrag för näringsidkare.

I detta sammanhang må anmärkas att såvitt gäller straffansvaret allmänna regler för utväljande av gärningsman skall vara tillämpliga. Vidare föreslås i 8 § att de allmänna medverkansreglerna i brottsbalken skall gälla. Detta innebär, såsom i kap. IX om påföljder m. m. närmare utvecklas, att näringsidkaren ofta kan betraktas som gärningsman, även om den direkt agerande är någon som är anställd hos eller fullgör uppdrag för näringsidkaren, samt att medverkande ofta går fria från ansvar.

Särskilt om jämförelser i reklam

Frågan om jämförelser i reklam har varit livligt diskuterad. I utländsk rättspraxis har tillåtligheten av jämförande reklam ofta bedömts. Ett svenskt rättsfall, avseende oriktig prisjämförelse, har refererats i rättsfallsöversikten (Hovrättens för Västra Sverige dom den 16 maj 1957, Avd. I nr 130). Åtskilliga yttranden i ämnet har avgivits av Näringslivets Opinionsnämnd.

I många länder, bl. a. i Tyskland, anses direkta jämförelser med identifierbar konkurrentvara i princip stridande mot god affärssed. Andra typer av jämförelser, exempelvis s. k. system- eller artsjämförelser, dvs. jämförelser mellan den egna varan såsom exempel på en viss konstruktion, sammansättning m. m., å ena sidan, och inte närmare utpekade konkurrerande varor som exempel på en annan konstruktion eller sammansättning m. m., å andra sidan, har i princip godkänts. Reglerna har diverse undantag. Genomgående krävs dock att jämförelser, i den mån de över huvud taget tillåts, är korrekta i sak. En tendens till uppmjukning av det stela regelsystemet i fråga om jämförelser märks numera.

I de anglosaxiska länderna ser man traditionellt liberalt på jämförelser i reklam. Där kan man dock i våra dagar förmärka en tendens till skärpning av kraven på jämförelsernas vederhäftighet.

Skillnaden i kontinental europeisk och anglosaxisk uppfattning torde botten i olika grundsyn på otillbörlig konkurrens över huvud taget. I det förra fallet har otillbörligheten främst bedömts från konkurrenternas synpunkt, i det senare från konsumenternas.

I Sverige har man inom näringslivet tidigare varit negativt inställd till jämförelser i reklam. Konfrontation i reklam mellan egna produkter och konkurrenters har inte ansetts förenligt med god affärssed. En omsvängning gentemot ett större accepterande av jämförelser har dock skett under efterkrigstiden. Detta har bl. a. tagit sig uttryck i Näringslivets Opinionsnämnds praxis.

Mot jämförande reklam skulle kunna anföras att den innefattar vissa risker även från konsumentsynpunkt. Reklam i säljverksamhet syftar till att underlätta avsättningen av den egna varan eller tjänsten. Tendensen i jämförelser kan då bli att egenskaper som talar till den egna varans eller tjänstens förmån betonas på bekostnad av egenskaper, som talar till jämförelseobjektets förmån. Följaktligen finns stor risk att vederhäftighetskravet eftersätts.

För jämförelser talar å andra sidan att de, korrekt utförda, är ett utmärkt medel för kundinformation och att de därigenom bidrar till underlaget för tillfredsställande konsumtionsval.

Enligt utredningens mening skall i princip alla typer av jämförelser i reklam och andra kommersiella framställningar vara tillåtna. Några särbestämmelser om jämförelser fordras alltså inte.

Men naturligtvis skall för jämförande reklam liksom för andra såsom konkurrensmedel använda framställningar gälla det i förevarande paragraf uttryckta vederhäftighetskravet. I detta krav ligger inte bara att lämnade uppgifter är korrekta utan också att jämförelsen skall vara representativ, dvs. ge en rättvisande totalbild av det jämförda. Vidare fordras att uppgifter om andra näringsidkare eller deras varor, tjänster eller andra nyttigheter inte är otillbörliga till sin utformning.

Vad dessa krav innebär i praktiken är svårt att ange generellt. Endast konkreta fall kan ge säkert underlag för en bedömning. Några korta anvisningar, som belyser utredningens uppfattning, skall emellertid lämnas.

Gäller jämförelsen bestämda varor eller varuslag måste observeras om de är likvärdiga i kvalitet och användningsområde. Är så inte förhållandet skall detta påpekas. Väsentliga egenskaper, som kan objektivt bedömas, måste vägas mot varandra, även om några talar till nackdel för den som gör jämförelsen. Reservation måste göras för egenskaper som inte kan objektivt bedömas, exempelvis därför att värderingen av dem väsentligen är en fråga om personlig smak.

Prisjämförelser mellan enstaka bestämda märkesvaror behöver inte erbjuda några särskilda svårigheter. Men så snart prisjämförelsen utsträcks till flera märkesvaror aktualiseras anspråket på representativitet i jämförelsen. Gäller jämförelsen exempelvis ett hushålls veckoinköp av livsmedel måste den grundas på statistiskt godtagbar utredning om vad ett sådant inköp normalt omfattar. Här tillkommer färskvaror, som med hänsyn till kvalitets- och smakskillnader kan vara omöjliga att objektivt jämföra. Erforderliga reservationer måste då göras. Gäller jämförelsen exempelvis ett visst

företags prisnivå jämförd med prisnivån i stort under viss tid måste en statistiskt acceptabel jämförelsenorm uppställas. Helt invändningsfri torde ingen jämförelsenorm vara, utan förbehåll måste göras för brister i den. I den mån generella slutsatser dras, måste krävas så stor allsidighet att slutsatserna kan anses tillräckligt underbyggda.

Så stränga krav på jämförelser får emellertid inte ställas att det i praktiken inte blir möjligt att göra dem. En alltför stor stränghet kan spåras i tidigare opinionsnämndspraxis, vilket kan förklaras av att nämndens avgöranden inneburet att man brutit med den tidigare uppfattningen att jämförelser över huvud taget inte fick göras. Jämförelser i reklam, inte minst prisjämförelser, kan nämligen enligt utredningens uppfattning vara ett så väsentligt konsumentintresse att de inte bör hämmas av rigorösa krav på exempelvis allsidighet. Är jämförelsen i något väsentligt avseende ofullständig, bör man emellertid kräva att tydlig reservation härför görs.

De övriga nordiska förslagen

Det nordiska samarbetet har lett till så gott som full överensstämmelse i utformningen av den föreslagna rättsliga normen för reklam och andra kommersiella framställningar. De skillnader som föreligger är väsentligen språkliga och inte uttryck för olika uppfattning i sak. Endast i fråga om några detaljer föreligger sakliga skillnader.

Man är således ense om att stadgandet skall avse meddelanden i all sorts extern affärsverksamhet, att det såvitt gäller oriktiga och vilseledande framställningar skall omfatta uppgifter om såväl egna som andras förhållanden samt att man inte skall göra någon skillnad mellan framställningar, avsedda för ett större antal personer, och andra framställningar. Man är också ense om att framställning eller motsvarande ord (på danska angivelser, på norska fremstilling) skall tolkas mycket vidsträckt. Det norska förslaget ger i paragrafens fjärde stycke en legaldefinition på fremstilling, enligt vilken därmed skall förstås »enhver form for meddelelse eller utsagn i tale, skrift eller på annen måte, således også betegnelser, bilder, demonstrasjoner, emballasjes form, størrelse eller utstyr o. l.». Vederhäftighetskravet uttrycks i samtliga förslag med att framställningen inte får vara oriktig eller vilseledande.

Enighet råder vidare om att en förutsättning för ingripande skall vara att framställningen är relevant. Såvitt gäller säljverksamhet uttrycks detta i samtliga förslag med smärre språkliga olikheter därmed att framställningen skall vara ägnad att påverka efterfrågan på vara, tjänst eller annan nytthet. Men såvitt gäller framställningar i inköpsverksamhet föreligger en olikhet i uttryckssätten. Det finska förslaget talar här liksom det svenska om att framställningen är ägnad att påverka utbudet av vara, tjänst eller annan nytthet. I de danska och norska förslagen uttrycks detta däremot med att framställningen skall vara ägnad att främja eller skada någons

näringsverksamhet. De finska och svenska kommittéerna har övervägt att använda samma uttryckssätt som de danska och norska kommittéerna men funnit sig inte böra göra detta. Man har ansett det önskvärt att ha den kongruensen mellan sälj- och inköpsverksamhet att det i båda fallen skall vara fråga om den presumerade primära effekten hos den som tar del av framställningen, inte som i de övriga förslagen den primära effekten på säljsidan och den presumerade sekundära effekten för egen eller annans näringsverksamhet på inköpsidan. Man har vidare funnit det angeläget att även på inköpsidan markera att den effekt för vilken risk skall föreligga har kommersiell betydelse. Inom kommittéerna tror man inte att dessa skillnader i uttryckssätten i praktiken skall få någon saklig betydelse.

Ytterligare är samtliga kommittéer överens om att ge möjlighet till rättsligt ingripande mot vissa otillbörliga framställningar, som är ägnade att ha en kommersiell effekt. Kommittéerna har emellertid haft betydande svårigheter att finna lämpliga språkliga utformningar och resultaten har blivit något skiljaktiga. I det danska förslaget stadgas att regeln i paragrafens första stycke också gäller »angivelser, der på grund af deres form, eller fordi de angår uvedkommende forhold, er utilbørlige over for andre erhvervsdrivende». I det norska förslaget stadgas att det som är bestämt i första stycket gäller också »fremstilling som er utilbørlig på grunn av sin form eller fordi den angår uvedkommende forhold». Här föreligger den sakliga skillnaden mellan de danska och svenska förslagen, å ena, samt det norska förslaget, å andra sidan, att enligt de båda förra fråga bara är om framställning som är otillbörlig gentemot annan näringsidkare, medan det norska förslaget saknar denna begränsning. Den finska kommittén, som också anser att möjlighet till rättsligt ingripande mot här ifrågavarande framställningar bör ges, har slutligen — väsentligen på grund av språk- och översättningssvårigheter — stannat för att inte föreslå något specialstadgande härom; man anser att generalklausulen skall kunna åberopas i dessa som man menar förhållandevis sällsynta fall.

I samtliga förslag anges som subjekt för gärningarna i första hand näringsidkare. Enligt det finska förslaget är liksom enligt det svenska stadgandet också tillämpligt på sammanslutning av näringsidkare samt på dem som är anställda hos eller fullgör uppdrag för näringsidkare eller sådan sammanslutning. Det danska förslaget stadgar ansvar för personer, som är anställda hos näringsidkare, samt för organisationer, som tillvaratar näringsidkares eller konsumenters intressen. Enligt det norska förslaget utsträcks ansvaret till den som är anställd hos näringsidkare eller näringsidkareorganisation eller som eljest uppträder på näringsidkares eller sådan organisations vägnar.

Även i fråga om sanktioner vid överträdelse av paragraferna föreligger betydande överensstämmelser mellan förslagen. Härom hänvisas till kap. IX.

KAPITEL V

FÖRETAGSSPIONERI OCH MISSBRUK AV FÖRETAGSHEMLIGHET M. M.

Gällande svensk rätt

IKL

Bestämmelser om obehörigt användande eller yppande av yrkeshemligheter — eller med utredningens terminologi i lagförslaget företagshemligheter — samt liknande brott ges i 3—5 §§ IKL, vilka lyder.

3 §. I näringsverksamhet anställd person, som under den tid, tjänsteavtalet är gällande, i avsikt att bereda sig eller annan fördel eller att göra skada, obehörigen använder sig av eller yppar fabrikationssätt, anordning, affärsförhållande eller annat, varom han under samma tid erhållit kännedom och som han vet utgöra en arbetsgivarens yrkeshemlighet, straffes med dagsböter eller med fängelse i högst ett år; ersätte ock uppkommen skada.

Lag samma vare, om någon i annat fall, i avsikt varom i första stycket förmäles, obehörigen använder sig av eller giver annan del av ritning, mönster, modell, schablon eller dylik teknisk förebild, som han för utförande av arbete eller eljest för affärsändamål fått sig anförtrodd.

4 §. Är gärning, som avses i 3 §, enligt 22 kap. strafflagen att bedöma såsom trohetslöshet mot huvudman, skall vad i sagda paragraf finnes stadgat ej vinna tillämpning.

5 §. Om någon i avsikt, som omförmäles i 3 §, obehörigen använder sig av eller giver annan del av yrkeshemlighet eller i paragrafens andra stycke avsedd förebild, varom han vunnit kännedom genom honom lämnat meddelande av den i samma paragraf angivna art, varde, såframt han, då han mottog meddelandet, ägde kännedom om de förhållanden, som gjorde detsamma otillåtet, straffad på sätt i 3 § sägs ävensom förpliktad att gottgöra uppkommen skada.

Vad som avses med yrkeshemlighet är sålunda inte definierat i lagtexten utan endast angivet genom exemplifiering. Av exemplifieringen framgår att inte bara tekniska utan också kommersiella företeelser avses. I motiven uttalas i huvudsak att om yrkeshemlighet skall kunna sägas vara för handen fråga måste vara om något för ett visst affärsföretag egendomligt, som inte är allmänt bekant eller känt av ett flertal utomstående, samt att det måste gälla någon omständighet, vars hemlighållande är av vikt för den affärsrörelse, till vilken densamma hänför sig (1915 års betänkande s. 297).

Skyddet för yrkeshemlighet gäller enligt 3 § första stycket blott mot i näringsverksamhet anställd och är begränsat till den tid, under vilken tjänsteavtalet är gällande. Med uttrycket »den tid, under vilken tjänste-

avtalet är gällande» avses att markera att den anställde är bunden under den tid tjänsteavtalet rättsligen består gentemot den anställde. En anställd som obehörigen och mot avtal självtaget lämnar sin tjänst är sålunda skyldig att bevara arbetsgivarens yrkeshemlighet till dess tjänsteavtalet får anses ha upphört. Om däremot arbetsgivaren obefogat bryter överenskommelsen torde paragrafen inte vara tillämplig på den anställde om han skulle yppa eller använda någon arbetsgivarens yrkeshemlighet före utgången av den enligt avtalet bestämda anställningstiden (jfr prop. 1919: 269 s. 17).

Ytterligare förutsättningar för tillämpningen av 3 § första stycket är att den anställde fått kännedom om yrkeshemligheten under anställningstiden (1915 års betänkande s. 311) och att han vet om att företeelsen i fråga utgör en arbetsgivarens yrkeshemlighet (1915 års betänkande s. 308).

Skyddet gäller inte endast yrkeshemligheter, som på grund av tjänsteförhållandet blivit den anställde anförtrodda eller eljest är för honom tillgängliga, utan även sådana, om vilka han exempelvis fått kunskap genom ett utom tjänsten erhållet meddelande av annan eller genom att förskaffa sig tillträde till lokal, som han inte ägt beträda (prop. 1919: 269 s. 17).

Användande föreligger inte bara vid mekaniskt begagnande av exempelvis en maskin utan också vid annat tillgodogörande av en yrkeshemlighet. Ett yppande behöver inte nödvändigtvis ske muntligen eller skriftligen utan föreligger också t. ex. om en utomstående själv förskaffar sig kännedom om hemligheten i fråga inom en lokal, dit den anställde i sådant syfte lämnat honom tillträde (1915 års betänkande s. 311).

Även i fråga om teknisk förebild ges endast en exemplifiering, inte en definition. I uttrycket teknisk förebild ligger enligt motiven, att fråga skall vara om föremål, efter eller med ledning av vilket varor skall tillverkas eller yrkesprestationer utföras (1915 års betänkande s. 324).

Skyddet för teknisk förebild jämlikt 3 § andra stycket gäller mot envar, som anförtrotts densamma för utförandet av arbete eller eljest för affärsändamål, oavsett om han är anställd eller utomstående, och är inte tidsbegränsat (prop. 1919: 269 s. 20).

Ett användande av en teknisk förebild föreligger inte bara då t. ex. ett vävnadsmonster direkt begagnas för tillverkning av vävnader, utan också då mönstret kopieras och kopian begagnas för nämnda ändamål. Lämnar någon till annan en sådan kopia eller erforderlig beskrivning av mönstret, muntligen eller skriftligen, eller bereder han den andre tillfälle att kopiera eller eljest förskaffa sig nödig kännedom om mönstret, har han därigenom givit den andre del av detsamma (1915 års betänkande s. 325).

För paragrafens tillämplighet fordras, såväl när det gäller yrkeshemlighet som i fråga om teknisk förebild, att missbruket skett obehörigen. Häri ligger att paragrafen inte är tillämplig om ett uttryckligt eller tyst medgivande från arbetsgivarens sida föreligger eller om någon av en särskild anledning, t. ex. för röjande av ett brott, är rättsligen skyldig eller åtminstone

befogad att yppa eller använda en yrkeshemlighet eller teknisk förebild (jfr 1915 års betänkande s. 313).

I subjektivt avseende krävs för paragrafens tillämplighet att förfarandet skett i avsikt att bereda sig eller annan fördel eller att göra skada. Ett oavsiktligt, låt vara av grov vårdslöshet föranlett yppande eller användande omfattas således inte (jfr 1915 års betänkande s. 312).

Påföljden för överträdelse av paragrafen är straff, dagsböter eller fängelse i högst ett år. Brott mot paragrafen kan medföra skyldighet att betala skadestånd.

Medverkan till gärning, som i 3 § sägs, torde vara straffbar enligt 23 kap. 4 och 5 §§ BrB (jfr 1915 års betänkande s. 314).

Utöver vad som följer av de allmänna medverkansreglerna straffas jämlikt 5 § under vissa förutsättningar tredje man, som i avsikt att bereda sig eller annan fördel eller att göra skada obehörigen använder sig av eller giver annan del av yrkeshemlighet eller teknisk förebild. Förutsättningarna är att tredje man vunnit kännedom om hemligheten eller förebilden genom meddelande av en anställd resp. en sådan person, som anges i 3 § andra stycket, att meddelandet var av den art, som beskrives i 3 § första resp. andra stycket, samt att tredje man, då han mottog meddelandet, kände dessa faktiska omständigheter (jfr 1915 års betänkande s. 315).

Allmän åklagare får jämlikt 11 § sista stycket väcka påstående om straff för brott mot 3 och 5 §§ endast efter angivelse av den, vilkens yrkeshemlighet eller förebild obehörigen använts eller röjts. Den sistnämnde är enligt 11 § 2) berättigad att anställa talan, men hans åtalsrätt är numera jämlikt 20 kap. 8 § RB subsidiär i förhållande till åklagarens.

Då vid domstol förekommer mål om obehörigt användande eller yppande av yrkeshemlighet eller om missbrukande av teknisk förebild, äger domstolen jämlikt 12 § IKL förordna att målet skall handläggas inom stängda dörrar. Förordnandet förutsätter dels en begäran av den, vilkens rätt förmenas ha blivit kränkt genom den åtalade handlingen, dels att målets offentliga handläggning prövas för honom kunna medföra ytterligare skada i samma hänseende. De villkor som i 12 § IKL uppställts för inskränkningar i den grundläggande offentlighetsprincipen saknar numera i stort sett betydelse, eftersom domstolen jämlikt 5 kap. 1 § andra stycket RB har möjlighet att förordna om förhandling inom stängda dörrar så snart anledning förekommer att till följd av offentligheten yrkeshemlighet skulle röjas.

Andra lagbestämmelser

Av 4 § IKL framgår att om gärning, som avses i 3 § IKL, enligt 22 kap. strafflagen är att bedöma som trolöshet mot huvudman, skall 3 § IKL ej vinna tillämpning.

Hänvisningen till 22 kap. SL avser numera 10 kap. 5 § BrB. Förutsättning-

arna för tillämpning av 10 kap. 5 § BrB är att någon på grund av förtroendeställning i allmän eller enskild tjänst, såsom syssloman eller eljest, fått att för annan sköta ekonomisk angelägenhet eller öva tillsyn å skötseln därav, att han missbrukar sin behörighet att företräda huvudmannen eller eljest sin förtroendeställning och att gärningen skadar huvudmannen.

Om yrkeshemligheten är materialiserad i form av en ritning e. dyl., kan i vissa fall även andra stadganden om förmögenhetsbrott bli tillämpliga. Det för dessa brott karakteristiska kravet på förmögenhetsöverföring kan nämligen anses uppfyllt även om saken inte representerar något nämnvärt bruksvärde i ägarens hand. Det är sålunda stöld att sätta sig i besittning av en värdefull yrkeshemlighet genom att olovligen tillgripa en genomslagskopia av en ritning, trots att själva kopian inte har något värde för ägaren. Att sätta sig i besittning av hemligheten genom att kopiera ritningen kan däremot aldrig bli stöld. (Brottsbalken I, s. 262). Och likaväl som man kan stjäla en ritning o. dyl. kan man bedraga sig till eller förskingra den. De bestämmelser, som här blir aktuella, är sålunda exempelvis de om stöld (8 kap. 1 § BrB), egenmäktigt förfarande (8 kap. 8 § BrB), bedrägeri (9 kap. 1 § BrB), utpressning (9 kap. 4 § BrB), häleri (9 kap. 6 § BrB), oredligt förfarande (9 kap. 8 § BrB), förskingring (10 kap. 1 § BrB) och olovligt förfogande (10 kap. 4 § BrB).

Vissa yrkeshemligheter omfattas av BrB:s stadganden om spioneri och liknande brott. Dessa brott har till föremål uppgifter om sådana förhållanden, vilkas uppenbarande för främmande makt kan medföra men för försvaret eller för folkförsörjningen vid krig eller av krig föranledda utomordentliga förhållanden eller eljest för rikets säkerhet. Den som med uppsåt att gå främmande makt tillhanda obehörigen anskaffar, befordrar, lämnar eller eljest röjer sådan uppgift rörande exempelvis försvarsverk, vapen, förråd, import eller export straffas för spioneri. Straffad blir också den som med samma uppsåt obehörigen framställer eller tager befattning med skrift, teckning eller annat föremål som innefattar sådan uppgift (19 kap. 5 § BrB). Förövas, beträffande uppgift som rör förhållande av hemlig natur, gärning som i 5 § sägs utan uppsåt att gå främmande makt tillhanda, dömes för obehörig befattning med hemlig uppgift. Befordrar, lämnar eller röjer någon eljest av grov oaktsamhet uppgift som avses i 5 § och som rör förhållande av hemlig natur, straffas han för vårdslöshet med hemlig uppgift (19 kap. 7 § BrB).

Yrkeshemligheter och annat, såsom arbetsförfaranden, affärsförhållanden, ekonomiska förhållanden o. dyl., kommer enligt olika författningar till myndigheters kännedom i samband med deras tjänsteutövning. För att skydda enskilda mot att dessa förhållanden yppas statueras tystnadsplikt i skilda lagar t. ex. lagen om fondkommissionsrörelse och fondbörsverksamhet den 16 maj 1919 48 §, valutalagen den 22 juni 1939 7 § och valutaförordningen den 5 juni 1959 18 §, arbetarskyddslagen den 3 januari 1949 51 och 68 §§, livsmedelsstadgan den 21 december 1951 112 §, rusdrycksförsälj-

ningsförordningen den 26 maj 1954 87 §, förordningen om kontroll å ädelmetallarbeten den 18 maj 1956 45 §, atomenergilagen den 1 juni 1956 11 §, taxeringsförordningen den 23 november 1956 117 §, strålskyddslagen den 14 mars 1958 21 och 23 §§, hälsovårdsstadgan den 19 december 1958 82 och 85 §§, samt följande förordningar den 14 december 1962, nämligen läkemedelsförordningen 19 och 20 §§, giftförordningen 26 och 27 §§, bekämpningsmedelsförordningen 22 och 23 §§ och narkotikaförordningen 12 och 13 §§. Påföljden för den som åsidosätter tystnadsplikten är straff.

Vid 1948 års revision av SL:s stadganden om ämbetsbrott infördes ett numera i 20 kap. 3 § BrB upptaget stadgande, enligt vilket ämbetsman, som yppar vad han är pliktig att hemlighålla eller som olovligen utnyttjar sådan hemlighet, dömes, om ej gärningen eljest är särskilt belagd med straff, för brott mot tystnadsplikt. Stadgandet gäller även den som varit ämbetsman. Vilka som är ämbetsmän i lagens mening framgår av 20 kap. 12 § BrB. Enligt dess andra stycke är även den som är förordnad eller vald till ledamot av beslutande statlig eller kommunal församling eller sitter i jury eller beskattningsnämnd underkastad ämbetsansvar efter 20 kap. 3 § BrB. Vad plikten att hemlighålla omfattar regleras av skilda lagar och författningar eller av instruktioner och föreskrifter, som meddelas i administrativ ordning. Att befattningshavare även då uttrycklig föreskrift icke lämnats har tystnadsplikt beträffande innehållet i allmän handling, som är hemlig, torde följa av allmänna grundsatser. Vilka handlingar, som inte är offentliga, framgår främst av lagen den 28 maj 1937 om inskränkningar i rätten att utbekomma allmänna handlingar. Denna lag överses för närvarande av offentlighetskommittén.

Medan nu nämnda bestämmelser värnar intresset av hemlighållande, kan 3 § i den till KBL knutna lagen den 1 juni 1956 om uppgiftsskyldighet rörande pris- och konkurrensförhållanden närmast sägas ha motsatt syfte. Enligt denna paragraf åligger det företagare att till myndighet (i regel statens pris- och kartellnämnd) efter anmaning lämna uppgift om sådan i anmaningen närmare angiven konkurrensbegränsning, som berör hans verksamhet och har avseende på pris-, produktions-, omsättnings- eller transportförhållanden i riket, samt i övrigt om priser, intäkter, kostnader, vinster och andra förhållanden av beskaffenhet att inverka på prisbildningen. Enligt 4 § i lagen innebär sådan uppgiftsskyldighet dock icke skyldighet att röja yrkeshemlighet av teknisk natur. Över konkurrensbegränsande överenskomelser, om vilka uppgift lämnas eller myndigheten eljest erhåller kännedom, skall enligt 8 § i lagen föras register, det s. k. kartellregistret. Enligt 20 § lagen om inskränkningar i rätten att utbekomma allmänna handlingar är i princip avgivna uppgifter sekretessbelagda i den mån de innehåller upplysningar om viss företagares affärs- eller driftsförhållanden, vilkas offentliggörande kan lända honom till men. Kartellregistret, däremot, är i princip offentligt.

I fråga om teknisk förebild kan också andra rättsregler än dem i IKL

vara av betydelse. Medan dessa möjliggör ingripande om förebilden används i annans intresse än den berättigades, kan man i vissa fall med stöd av upphovsrättslagen ingripa mot obehörig kopiering av teknisk förebild. Till litterärt verk enligt upphovsrättslagen hänförs nämligen karta samt annat i teckning eller grafik eller i plastisk form utfört verk av beskrivande art. (Om skyddet för tekniska förebilder jämlikt lagen 1919 om rätt till litterära och konstnärliga verk, se *Ljungman* i NIR 1953 s. 155. Ljungmans framställning torde i allt väsentligt äga giltighet även efter tillkomsten av 1960 års upphovsrättslag.)

En teknisk förebild kan vara föremål för olika förmögenhetsbrott såsom stöld, bedrägeri m. m. Särskilt brotten i 10 kap. BrB torde vara av betydelse. Om en person, som fått en teknisk förebild sig anförtrodd med skyldighet att utlämna denna till någon annan, genom att tillägna sig förebilden eller annorledes åsidosätter vad han har iakttagit för att kunna fullgöra sin skyldighet, kan han straffas för förskingring. En person, som i sin besittning har en teknisk förebild vartill ägande- eller säkerhetsrätt är förbehållen eller tillförsäkrad eller eljest tillkommer annan, kan, om han vidtar åtgärd varigenom förebilden frånhånds den andre eller denne annorledes berövas sin rätt, dömas för olovligt förfogande. Ett olovligt förfogande över en anförtrodd teknisk förebild kan innebära sådant missbruk av förtroendeställning, som är att bedöma som trolöshet mot huvudman.

3—5 §§ IKL i rättstillämpningen

Endast ett fall i vilket högsta domstolen ådömt ansvar för olovligt yppande eller användande av yrkeshemligheter jämlikt 3 § första stycket och 5 § IKL finns refererat i NJA. Förhållandena var i det fallet följande.

En person, B, som varit anställd vid Fagersta bruk, lämnade till personer på främmande makts legation beskrivningar och sammanställningar rörande sättet för och anordningarna vid hårdmetalltillverkning, av honom i brukets hårdmetallverkstad tagna fotografier av maskiner och andra anordningar samt ritningar av vissa i samma verkstad befintliga ugnar. En annan person, H, som var anställd vid bruket, hjälpte B genom att bereda honom tillträde till hårdmetallverkstaden. H lämnade också upplysningar till B och till personer på legationen om förfaranden vid och anordningar för hårdmetalltillverkningen. B och H dömdes båda till frihetsstraff, B jämlikt 5 § IKL och H jämlikt 3 § första stycket IKL (NJA 1939 s. 36).

Fall av missbruk av teknisk förebild jämlikt 3 § andra stycket och eventuellt 5 § IKL torde inte vara så ovanliga i rättspraxis. Här några exempel.

Ett företag i Kalmar och ett i Jönköping tillverkade båda tändsticksmaskiner. Den största och mest komplicerade av Kalmarföretagets maskiner var en s.k. komplettmaskin. Den betraktades som en mycket värdefull yrkeshemlighet. En person, som varit och möjligen ännu var elev vid Kalmarföretaget, sålde ritningarna till ägaren av Jönköpingsföretaget, som sedan i sin tur sålde hela företaget inklusive ritningarna till komplettmaskinen. Ägaren av Jönköpingsföretaget åtalades men frikändes i underrätt, som fann den befattning han tagit med ritningarna till komplettmaskinen icke vara av beskaffenhet att för honom medföra ansvar.

Hovrätt fann däremot i målet utrett att ägaren vid försäljningen av företaget i avsikt att bereda sig fördel obehörigen använt sig av Kalmarföretaget tillhöriga ritningar till komplettmaskinen, vilka han inköpt av eleven vid Kalmarföretaget med vetskap om att denne därigenom förfogade över honom anförtrodda ritningar. Ägaren av Jönköpingsföretaget dömdes jämlikt 3 och 5 §§ IKL till frihetsstraff. Högsta domstolen gjorde ej ändring i hovrättens utslag (NJA 1935 B 21; NIR 1935 s. 129).

En kvarnägare hade uppfunnit en sedermera patenterad s. k. aspirationsapparat, bestående av en fläkt avsedd att anbringas på kvarnstenar för att åstadkomma luftväxling vid malning. Kvarnägaren överlät till en bankkamrer ensamrätten att inom Sverige sälja dylika apparater. Bankkamrern anställde i sin tur en köpman som generalombud för försäljningen. Avtalet mellan bankkamrern och köpmannen upphörde inom kort, men köpmannen lät med ledning av till honom överlämnad ritning och beskrivning för egen räkning tillverka ett antal apparater, som han sedermera sålde. Köpmannen dömdes jämlikt 3 § andra stycket till frihetsstraff samt förpliktades utge skadestånd till kvarnägaren och bankkamrern (NJA 1936 s. 75).

Ett bolag hade hos en mekanisk verkstad låtit tillverka två hyllremsmaskiner, varav den ena blivit kvarstående i verkstaden. Med denna som modell tillverkades sedermera en likadan maskin till en annan beställare. Driftsledaren vid verkstaden åtalades för brott mot 3 § andra stycket IKL. Han frikändes i underrätt, därför att av bolaget tillhandahållna ritningar och skisser icke använts som förebild vid tillverkningen av den tredje maskinen men väl den kvarlämnade maskinen, som dock inte anförtrots verkstaden för utförande av arbete eller eljest för affärsändamål. Överrätterna fann emellertid 3 § andra stycket IKL vara tillämpligt samt dömde driftsledaren till ansvar och ålade honom att utge skadestånd till bolaget (NJA 1950 s. 164).

En verkstadschef vid en mekanisk verkstadsindustri lät under sin anställningstid kopiera vissa ritningar avseende en tidigare patenterad koppling för rälsbuss- och spårvägståg. Sedan han fått anställning i ett företag på annan ort överförde han ritningskopiorna till den nya orten, där han med hjälp av en tidigare hos verkstadsindustrien anställd ritare använde kopiorna vid framställning av nya ritningar, avsedda för tillverkning av kopplingar vid det nya företaget. Verkstadschefen dömdes för olovligt förfogande över originalritningarna och brott mot 3 § andra stycket IKL till böter. Ritaren dömdes för medhjälp till brott mot nämnda lagrum till böter. (Svea hovrätts dom 16 juli 1965, IV: B 87).

I ett annat fall har överträdelse av 3 § andra stycket befunnits föreligga men ansvars- och skadeståndstalan ogillats på grund av preskription.

En ingenjör, som tidigare varit anställd vid en ingenjörbyrå, anlätades av en kommun som kontrollant vid uppförandet av ett reningsverk, till vilka ritningar utförts av ingenjörbyrån. Dessa ritningar begagnades sedermera av ingenjören såsom förebild för ritningar till reningsverk åt en annan kommun. Ingenjörbyrån yrkade ansvar på och skadestånd av ingenjören jämlikt 3 § andra stycket IKL. Ingenjören frikändes i underrätt därför att ritningarna till det förstnämnda reningsverket icke anförtrots honom av ingenjörbyrån. Hovrätt konstaterade att ritningarna visserligen icke tillställts ingenjören direkt från ingenjörbyrån utan av byrån översänts till vederbörande kommunala myndigheter, vilka i sin tur lämnat dem vidare till ingenjören, som haft att å kommunens vägnar kontrollera det byggnadsföretag som ritningarna avsåg. Denna omständighet fann hovrätten emellertid icke utgöra hinder för tillämpning av den åberopade ansvarsbestämelsen (Hovrätten för Västra Sverige, Avd. III dom nr 200/1961).

Gällande rätt i övriga nordiska länder samt i Tyskland, Schweiz, Frankrike och England

Redogörelsen är begränsad huvudsakligen till rättsregler, som motsvarar 3 och 5 §§ IKL.

I Tyskland och Finland finns stadganden om yrkeshemligheter och tekniska förebilder i resp. lagar mot illojal konkurrens. Motsvarande danska lag har endast ett stadgande om yrkeshemligheter. I Norge regleras skyddet för yrkeshemligheter av ett stadgande i den allmänna strafflagen, medan skyddet för tekniska förebilder återfinns i lagen mot otillbörlig konkurrens. I samtliga dessa länder är också generalklausulerna i lagarna mot illojal konkurrens av betydelse.

I den schweiziska lagens civilrättsliga del nämns ett förfarande berörande yrkeshemligheter bland generalklausulsexemplen. Samma förfarande återfinns med annat subjektivt rekvisit bland lagens straffbestämmelser.

Enligt fransk rätt skyddas yrkeshemligheter i viss mån genom ett stadgande i Code pénal samt därutöver genom allmänna regler i Code civil.

I England kan man med stöd av Common law ingripa mot missbruk av yrkeshemligheter. Endast civil actions kommer i fråga, grundade antingen på breach of contract eller på breach of confidence.

Termen yrkeshemlighet

De här ifrågavarande företeelserna benämns i den finska lagen affärs- eller yrkeshemligheter, i dansk och norsk lagtext forretnings- eller driftshemmeligheder resp. forretnings- eller driftshemmeligheder, i den tyska lagen Geschäfts- oder Betriebsgeheimnissen, i den schweiziska lagen Fabrikations- oder Geschäftsgeheimnissen, i fransk rätt secrets de fabrique resp. secrets de commerce ou d'affaires och i anglosaxisk rätt trade secrets.

Gränsen mellan affärs- och yrkeshemligheter i den finska lagen och motsvarande dubbeltermer i dansk, norsk, tysk och schweizisk rätt är inte skarp men behöver heller inte vara det, eftersom rättsskyddet är detsamma. För fransk rätts vidkommande är däremot uppspaltningen i secrets de fabrique och secrets de commerce ou d'affaires av väsentlig betydelse, eftersom de förra är skyddade genom ett straffstadgande i Code pénal, medan för de senare i princip endast åtnjutes civilrättsligt skydd; i viss utsträckning lär dock otillbörliga förfaranden med affärshemligheter ha blivit straffrättsligt sanktionerade genom en utvidgad tillämpning av regler om bestickning i Code pénal.

Själva företeelsen yrkeshemlighet med dess skiftande beteckningar är ingenstädes definierad i lagtext utan har bestämts genom rättsutvecklingen. Enligt tysk rätt synes så gott som samtliga i ett företag förekommande fakta och förhållanden kunna skyddas under förutsättning att företeelsen inte är känd utanför en trängre krets, att den är förknippad med företaget och hemlighållandet har betydelse för företagets konkurrensför-

måga, samt att en vilja att hemlighålla förhållandet på ett eller annat sätt ådagalats för de berörda. Som exempel på vad som enligt tysk rätt ansetts kunna åtnjuta skydd kan nämnas förteckningar över kunder och agenter, mönsterteckningar, prisberäkningar, avslutade eller planerade avtal, avsikten att lansera viss vara eller att göra ett massuppköp, tekniska förebilder och konstruktionsdata, bestämda konstgrepp vid användandet av ett i och för sig känt förfarande, betalningsvillkor samt kalkyleringsunderlag.

Termen Fabrikations- und Geschäftsgeheimnisse i Schweiz synes ha samma vidsträckta innebörd som motsvarande tyska term.

Den franska lagens secrets de fabrique anses förutsätta dels att det är fråga om ett industriellt tillverkningsförfarande, dels att detta förfarande är hemligt. En viss kvalitet, »skaparhöjd», synes dock krävas av förfarandet. Enligt en definition skulle termen avse »tout moyen de fabrication qui offre un intérêt pratique ou commercial, et qui, mis en usage dans une industrie, est tenu caché aux concurrents» (*Roubier: Le droit de la propriété industrielle II, Paris 1952 s. 368*). Vad som avses med secrets de commerce ou d'affaires är svårt att beskriva. Såsom exempel har nämnts kundlistor, adressförteckningar, korrespondens, mönster och modeller samt upplysningar om fördelaktiga leveransvillkor.

Den engelska termen är trade secrets. Enligt ett uttalande avses därmed »secret information . . . obtained under circumstances which import a contract not to disclose or make use of it, or import a duty of confidence, or under other circumstances which make the disclosure or the use of the information contrary to conscience» (*Kerly: Law of Trade Marks and Trade Names, 8 uppl. London 1960 s. 458*).

Personkrets mot vilken skyddet för yrkeshemlighet gäller

Enligt den tyska lagen mot otillbörlig konkurrens straffas anställd, som under anställningens bestånd obefogat i konkurrens syfte eller av egennyttan eller i avsikt att skada meddelar någon en yrkeshemlighet, som anförtrotts eller eljest är tillgänglig för honom. Vidare straffas envar som i konkurrens syfte eller av egennyttan obefogat begagnar eller meddelar annan yrkeshemlighet, som han förvärvat kännedom om genom meddelande som nyss nämnts eller genom egen mot lag eller goda seder stridande handling.

En anställd, som på korrekt sätt fått reda på en yrkeshemlighet, kan alltså enligt tysk rätt icke drabbas av straffansvar om han meddelar någon hemligheten efter anställningens slut. Däremot torde han kunna förpliktas utge skadestånd under förutsättning att hans handlande anses stå i strid mot generalklausulen.

I den finska lagen är liksom i den tyska det straffrättsliga ansvaret för anställd såvitt gäller yrkeshemligheter, varom kännedom vunnits på korrekt sätt, begränsat till anställningstiden. Emellertid kompletteras även den

finska lagen med ett stadgande om straff för envar, som använder eller ger annan del av yrkeshemlighet, varom han vunnit kännedom genom obehörigt meddelande av anställd eller genom egen mot lag eller god sed stridande handling. I båda fallen är en ytterligare förutsättning för straff att gärningen sker olovligen och i avsikt att bereda sig eller annan fördel eller att skada annan.

I de danska och norska stadgandena om yrkeshemligheter är den straffrättsligt sanktionerade bundenheten för anställd generellt utsträckt till viss tid efter anställningsförhållandets slut. Enligt den *danska* lagen straffas den som genom att obefogat nyttja eller ge andra meddelande om sin nuvarande eller tidigare arbetsgivares eller kompanjons yrkeshemligheter uppsåtligt kränker ett »kontraktligt tillidsforhold», i kraft av vilket hemligheterna kommit till hans kännedom. Straffrihet inträder dock om kontraktsförhållandet upphört för mer än tre år sedan. Civilrättsliga sanktioner kan dock följa även efter denna tidsfrist. Enligt den *norska* strafflagens § 294, nr 2, straffas den som beträffande ett företag i vilket han är eller under loppet av de sista två åren har varit anställd eller i vilket han har eller under loppet av de sista två åren har haft del oberättigat antingen själv gör bruk av en yrkeshemlighet eller uppenbarar en dylik i avsikt att sätta en annan i stånd till att göra bruk av den. Huruvida det civilrättsliga ansvaret upphör samtidigt med det straffrättsliga eller inte synes i Norge vara något oklart.

Att utomstående använder eller yppar yrkeshemligheter, varom kännedom förvärvats med otillbörliga medel, omfattas i de tyska och finska lagarna av de refererade stadgandena. I förarbetena till de danska och norska lagarna nämns otillbörligt förvärv av yrkeshemligheter som typexempel på fall, vari generalklausulen kommer till användning.

I den *schweiziska* lagen mot otillbörlig konkurrens berörs inte den anställdes förfarande. Drabbas av lagens sanktioner gör däremot envar som förleder anställda eller uppdragstagare att avslöja eller utforska sin arbetsgivares yrkeshemligheter ävensom envar som använder eller meddelar andra yrkeshemligheter, som han utforskat eller om vilka han fått kännedom på något annat sätt som strider mot tro och heder. För straff krävs uppsåt. Den anställde själv synes i viss utsträckning kunna straffas med stöd av vissa stadganden i den schweiziska strafflagen.

Straffstadgandet i den *franska* Code pénal art. 418 riktar sig mot företagsledare, tjänstemän och arbetare som till utomstående meddelar eller försöker meddela en hemlighet angående den fabrik, där de är anställda. I den mån det brister i något av rekvisiten för detta stadgande anses man med stöd av Code civil art. 1383 kunna föra talan om skadestånd på grund av »concurrency déloyale». En sådan talan torde kunna riktas även mot anställda, som utnyttjar en fabriks hemlighet för egen räkning, samt mot andra än anställda. Enligt ett omdiskuterat domstolsavgörande skulle det vara

möjligt att tillämpa Code pénal art. 418 även på en f. d. anställd under förutsättning att han var anställd då han fick kännedom om hemligheten. Alternativt torde man även i detta fall ha möjlighet att väcka skadeståndstalan på grund av concurrence déloyale. Då det gäller secrets de commerce ou d'affaires är man hänvisad till straffstadganden om bestickning i Code pénal. Möjligt är också att talan om concurrence déloyale i vissa fall kan föras.

Enligt *engelsk* rätt synes ett ingripande mot att någon obehörigen brukar yrkeshemligheter endast kunna ske, om det föreligger ett avtals- eller förtroendeförhållande mellan företagen och vederbörande. Vad gäller anställda förutsätts för talan, grundad på breach of contract, en uttrycklig kontraktsförbindelse med arbetsgivaren med en allmän klausul om tystnadsplikt. Däremot behövs inte någon specificering av vad tystnadsplikten avser. Saknas kontrakt med tystnadsplikt kan talan föras på grund av breach of confidence. Även mot tidigare anställda kan föras talan för breach of contract, men om avtalet inte framstår som rimligt (reasonable) torde domstolen vara benägen för jämkning. Talan grundad på breach of confidence synes också vara möjlig gentemot f. d. anställd. (Beträffande engelsk och amerikansk rätt, som är mycket svåröverskådlig, hänvisas till *Turner: The Law of Trade Secrets*, London 1962. Amerikansk rätt redovisas i en artikel om Trade Secrets Legislation av *John P. Sutton* i tidskriften *IDEA* 9 (1965—66): 4 s. 587. Artikeln innehåller redogörelser för och kritik av nya amerikanska lagar i ämnet och illustrerar de svårigheter lagstiftaren möter.)

Tekniska förebilder m. m.

Som nämnts innehåller de tyska, finska och norska lagarna stadganden om tekniska förebilder.

Enligt den *tyska* lagen straffas den som i konkurrenssyfte eller av egen nytta obehogat använder eller ger annan del av honom i affärsverksamhet anförtrodda förebilder eller föreskrifter av teknisk art. Den *finska* lagen stadgar att om näringsidkare för utförande av arbete eller eljest för affärsändamål anförtrott teknisk förebild åt person, som icke är anställd hos honom, straffas denne, därest han för att bereda sig eller annan fördel eller att skada olovligen använder eller giver annan del av förebilden. Enligt den *norska* lagen straffas den som för att skaffa sig eller annan en fördel eller för att skada oberättigat utnyttjat eller sätter en annan i stånd till att utnyttja tekniska teckningar, beskrivningar, modeller eller liknande, som är anförtrodda honom i anledning av utförandet av ett arbete eller eljest i affärssyfte.

Rundfrågan m. m.

I den till utredningens rundfråga fogade promemorian redovisades i korthet lagreglerna om yrkeshemligheter och tekniska förebilder i Sverige. I anslut-

ning härtill frågades huruvida det vore önskvärt att den anställde förhindrades att utnyttja eller yppa yrkeshemlighet även under viss tid efter det anställningsavtalet upphört, under hur lång tid den anställde i så fall borde vara bunden och om härvidlag skillnad borde göras mellan yrkeshemligheter av teknisk natur och sådana av kommersiell natur. Vidare frågade man om skyddet för yrkeshemligheter borde utsträckas till att gälla även gentemot tredje man i vidare mån än nu jämlikt 5 § IKL, om bestämmelser borde införas mot att annan än anställd tillägnade sig yrkeshemlighet och om det fanns ytterligare önskemål beträffande lagstiftningen mot obehörigt yppande eller användning av yrkeshemlighet. Slutligen önskade man veta om bestämmelserna rörande otillbörligt utnyttjande av anförtrodd teknisk förebild borde ändras och i så fall i vilket hänseende.

Enligt de flesta svaren på den första frågan borde den anställde vara förhindrad att utnyttja eller yppa yrkeshemlighet även under viss tid efter det anställningsavtalet upphört. Det anfördes därvid bl. a. att man måhända borde göra skillnad mellan högt kvalificerade och mindre kvalificerade yrkesmän samt att man kanske borde göra skillnad mellan utnyttjande och yppande av yrkeshemlighet. Svårigheten att skilja mellan yrkeshemlighet, å ena, samt yrkeskunskap och yrkesskicklighet, å andra sidan, betonades i många svar. I anslutning härtill nämndes att man kanske kunde begränsa skyddet, såvitt avsåg tiden efter anställningens upphörande, till vad som uppenbart var arbetsgivarens yrkeshemlighet. Av arbetsmarknadens parter framfördes divergerande åsikter. Från arbetsgiversidan underströks behovet av skydd efter anställningstiden, medan man från arbetstagersidan under åberopande av samhällets och den enskildes intressen med viss skärpa motsatte sig sådan utvidgning av rättsskyddet. Även den uppfattningen framfördes att man borde bibehålla straffansvar endast för anställningstiden och i övrigt liksom hittills lita till privata överenskommelser om diskretionsplikt eller konkurrensförbud.

De flesta som önskade bundenhet för anställda efter anställningstiden förordade en tid om två år härför, men även ett år och tre år nämndes. Många betonade att behovet av skydd var mycket olika i skilda företag och i skilda branscher. Eftersom det bedömdes som svårt eller uteslutet att i lagstiftning ge detaljerade regler, som skulle någorlunda motsvara det praktiska livets skiftande förhållanden, rekommenderade man i många svar bundenhet för anställd under viss tid, motsvarande normalbehovet, men med möjlighet för parterna att överenskomma om utvidgning eller inskränkning av denna bundenhet. Även den tanken framfördes att med straff sanktionerad tystnadsplikt efter anställningstiden över huvud taget endast skulle avse sådana fall, då mellan arbetsgivaren och den anställde träffats skriftligt avtal därom. Man framhöll att risken för skadeståndsskyldighet i fall av brott mot åtagna skyldigheter efter ett tjänsteavtals upphörande inte alltid utgjorde ett tillräckligt avhållande moment.

Flertalet ansåg det inte vara lämpligt eller ens möjligt att i en generell regel göra skillnad mellan yrkeshemligheter av teknisk och sådan av kommersiell natur. I den mån man gjorde bundenheten efter anställningstiden beroende av särskilda avtal mellan parterna kunde man däremot givetvis laga efter lägligheten i varje konkret fall. Men även den åsikten framfördes att en generell bundenhet efter anställningstiden borde avse i första hand eller enbart kvalificerade tekniska yrkeshemligheter.

Majoriteten av dem som svarade ansåg att rättsskyddet mot tredje mans utnyttjande av yrkeshemligheter borde förbättras i förhållande till vad som gällde jämlikt 5 § IKL. Det sades bl. a. att skyddet borde gälla gentemot envar som fått kännedom om yrkeshemlighet och utnyttjade eller yppade den med vetskap om att hemligheten obehörigen åtkommit; motsvarande borde f. ö. gälla även i fråga om tekniska förebilder. Några ansåg att rättsskyddet inte borde sträcka sig längre än vad som följde av 3 och 5 §§ IKL samt de allmänna medverkansreglerna. I detta sammanhang kritiserades emellertid också 5 § IKL såsom svårbegriplig och svårtillämpad.

Den övervägande meningen i svaren var att lagen borde innehålla även bestämmelser mot att annan än anställd tillägnade sig yrkeshemlighet. Några ansåg att med anställd borde jämföras person, som till följd av innehavd tjänst eller erhållet uppdrag fått inblick i viss yrkeshemlighet och utan tillstånd utnyttjade eller yppade denna. Andra önskade en mer generell bestämmelse mot »handels- och industrispionage». Därvid framhölls att det var mycket svårt att komma åt en person, som utan att åstadkomma åverkan obehörigen tog sig in i ett främmande företags lokaler och genom studier av åtkomligt material eller fotografering skaffade sig kännedom om yrkeshemligheter. Som gräns mellan legala och illegala förfaranden föreslogs i ett svar att legalt skulle vara att utnyttja vad som man kunde få tag i så att säga på öppna marknaden och illegalt att tillägna sig sådant som förutsatte ett obehörigt intrång eller en obehörig medverkan av anställd eller annan förtroendemän.

På frågan om ytterligare önskemål beträffande lagstiftningen mot obehörigt yppande eller användning av yrkeshemlighet svarades att brotten i straffavseende borde jämföras med förmögenhetsbrott. Vidare uttrycktes önskemål om att man åtminstone i motiven — liksom i motiven till varumärkeslagen — framhöll vikten av att tillräckligt höga skadestånd utdömdes i dessa fall.

På den sista frågan, om bestämmelserna rörande otillbörligt utnyttjande av teknisk förebild borde ändras och i så fall i vilket hänseende, svarades från ett par håll att anledning till ändring inte förelåg. I ett par andra svar sades att ej blott tekniska förebilder utan även förebilder av kommersiell natur, exempelvis kundregister och uppgifter för genomförande av annonskampanjer, borde skyddas. Vidare uttrycktes önskemål om skydd för recept och tekniska föreskrifter samt annan s. k. know-how, som anförtrots någon

för utförande av arbete eller eljest för affärsändamål. I ett svar berördes den bristande kongruensen mellan det snävt tidsbegränsade skyddet för yrkeshemligheter och det till tiden obegränsade skyddet för tekniska förebilder. En enhetlig lösning ifrågasattes, dock utan att något konkret förslag framlades. Slutligen föreslogs bestämmelser, som skulle möjliggöra för domstol att föreskriva åtgärder till förebyggande av fortsatt missbruk av ritningar och andra förebilder. Härvid hänvisades till 41 § varumärkeslagen. Som exempel på behovet av en sådan bestämmelse nämndes ett fall, där en anställd hos ett industriföretag, som kopierat ritningar till vissa av dess maskiner, lät tillverka och sälja sådana maskiner. Vederbörande dömdes till ansvar, men ritningskopiorerna kunde inte åtkommas med beslag eller förverkande utan vederbörande kunde behålla dem och använda dem vidare.

Ytterligare tämligen omfattande material för bedömning av den lämpliga utformningen av bestämmelserna om yrkeshemligheter och tekniska förebilder har inhämtats vid överläggningar, som sekreteraren på utredningens uppdrag haft med företrädare för organisationer och företag.

Vid höstriksdagen 1949 framställdes i riksdagens andra kammare en interpellation om skyddet för yrkeshemligheter (II kamm. prot. 1949: 28 s. 17). Interpellanten framhöll begränsningen i gällande lag och uttalade »att stora ekonomiska värden här faktiskt äro oskyddade och att en icke-anställd ingalunda alltid kan träffas av straffrättsligt eller civilrättsligt ansvar för gärning, genom vilken han spolierar t. o. m. livsviktiga intressen för ett företag». Interpellanten ställde till justitieministern frågan huruvida han var villig medverka till att skyddet för icke patenterade yrkeshemligheter effektiviserades och till att rättsreglerna på området sammanfördes till en över-skådlig lagstiftning.

I sitt svar redogjorde justitieministern kortfattat för gällande bestämmelser och gjorde bl. a. följande uttalande (II kamm. prot. 1949: 32 s. 80).

Mot bakgrunden av den nu lämnade redogörelsen vill jag icke bestrida, att gällande lagbestämmelser knappast kunna anses erbjuda ett i alla avseenden tillräckligt skydd mot obehörigt utnyttjande av annans yrkeshemligheter. Man rör sig emellertid här på ett mycket komplicerat rättsområde, där det gäller att mot varandra avväga å ena sidan behovet av ett sådant skydd och å andra sidan intresset av skälig rörelsefrihet inom näringslivet. Det bör i detta sammanhang ihågkommas, att till och med det skydd för uppfinningar, som kan vinnas genom patent, är tidsbegränsat och att det icke ligger i samhällets intresse att viktiga rön hemlighållas under lång tid. Ett skydd för yrkeshemligheter synes därför blott berättigat, när det gäller mera påtagligt illojala förfaranden. Ur sociala synpunkter måste också tillses, att arbetstagarnas möjligheter att få ny anställning eller börja ny verksamhet ej över hövan inskränkas.

Utän närmare utredning kan jag naturligtvis inte taga definitiv ställning till denna fråga, men preliminärt vill det förefalla mig, som om en avvägning mellan dessa olika intressen skulle kunna ge det resultatet, att rättsskyddet för icke patenterade yrkeshemligheter bör förstärkas. Hur detta i så fall skall ske, är dock icke

så lätt att säga. Det är möjligt att åtskilligt vore att vinna, om man genom en s. k. generalklausul om illojal konkurrens helt allmänt förbjöde varje i konkurrenssyfte företagens handling som står i strid mot god affärssed eller eljest är otillbörlig.

Justitieministern hänvisade till att frågan om generalklausul skulle utredas av varumärkes- och firmautredningen och avslutade med att uttala att, sedan resultatet av utredningen förelåg, man möjligen torde få överväga att uppta spørsmålet om ett effektivare skydd för yrkeshemligheter till direkt behandling, eventuellt i samband med en allmän översyn av lagen mot illojal konkurrens. (Se vidare *v. Zweigbergk* i NIR 1950 s. 119.)

Utredningen

I utredningens direktiv ges ingen direkt anvisning om att utredningen skall ompröva gällande bestämmelser om missbruk av yrkeshemligheter och tekniska förebilder. Inte heller i någon av de motioner eller skrivelser, som av statsmakterna överlämnats till utredningen, har ämnet berörts. Utredningen har emellertid, såsom årligen redovisats i riksdagsberättelsen, uppfattat överlämnandet av de första av dessa motioner som en utvidgning av uppdraget till att avse en allmän översyn av IKL. En sådan allmän översyn fordras enligt utredningens mening för att man skall kunna ta ställning till frågan om den svenska rätten bör kompletteras med en generalklausul mot otillbörlig konkurrens. Den av dåvarande justitieministern i det nyss refererade interpellationssvaret från 1949 ifrågasatta utredningen om ett effektivare skydd för yrkeshemligheter framläggs alltså nu i samband med den allmänna översynen av IKL.

Såsom i interpellationssvaret understrukits är spørsmålet om skydd för yrkeshemligheter en fråga om avvägning av skilda intressen. Detsamma gäller skyddet för tekniska förebilder. Å den ena sidan står företagets intresse av att kunskaper och tillverkningsunderlag skall kunna användas uteslutande till det egna företagets bästa i egen produktion och annan affärsverksamhet, i produktion genom underleverantörer eller genom upplåtelse eller överlåtelse mot vederlag. Å den andra sidan står samhällets intresse av att viktiga rön inte hemlighålls samt enskilda arbets- och uppdragstagares intresse av att kunna utnyttja sitt fulla kunnande och alla tillgängliga tekniska hjälpmedel. Vägledande vid avvägningen bör vara en strävan att söka uppnå det bästa samhällsekonomiska resultatet. Uppenbarligen är det emellertid inte möjligt att fastställa om detta främjas bäst av ökat skydd eller vidgad rörelsefrihet. Sedan premisserna framlagts, blir därför bedömningen med nödvändighet väsentligen skönsmässig.

Innan utredningen går närmare in på avvägningsfrågan, skall något beröras innebörden av de i utredningens förslag använda termerna företags-hemlighet, teknisk förebild och teknisk föreskrift samt av den företags-hemlighet närliggande termen know-how.

Termerna företagshemlighet och know-how

I 3 § första stycket IKL används termen yrkeshemlighet. Termen förekommer också i ett flertal andra lagar och författningar samt i privata överenskommelser och avtal på arbetsmarknaden. Den har gammal hävd och torde leda sitt ursprung tillbaka till en tid, då näringslivet dominerades mer av hantverk än av industri. Under nutida förhållanden är termen enligt utredningens mening föga träffande. Rent språkligt täcker den endast bristfälligt åtskilligt av det som därmed avses. Vidare leder den lätt tanken till yrkeskunskap, yrkeserfarenhet och yrkesskicklighet, vilket allt bör hållas väl i sär från yrkeshemlighet. Utredningen föreslår därför att beteckningen yrkeshemlighet utbyts mot beteckningen *företagshemlighet*, som numera framstår som mera adekvat och som redan använts i svenskt lagspråk i förslaget till patentlag, 22 § femte stycket. (Prop. 1966: 40 s. 127 och 129. — I tysk doktrin har beteckningen Unternehmensgeheimnisse föreslagits, se exempelvis *Reimer: Wettbewerbs- und Wahrenzeichenrecht*, 3 uppl. Köln-Berlin 1954 s. 753. I det danska lagförslaget används, liksom exempelvis hos *Koktvedgaard* i *Immateriellretspositioner*, Köpenhamn 1965, termen erhvervshemmelighed. Det norska förslaget har termen bedriftshemmelighet.) Om utredningens förslag accepteras, torde termen företagshemlighet successivt böra införas i andra lagar och författningar, där nu termen yrkeshemlighet begagnas.

I förarbetena till IKL behandlas tämligen ingående vad som skall inrymmas under lagens beteckning »yrkeshemlighet». Redan i lagtexten ges en exemplifikation, »fabrikationssätt, anordning, affärsförhållande eller annat» och det sägs att den anställde skall veta att det utgör en arbetsgivarens yrkeshemlighet. I kommentaren utvecklas att det skall vara fråga om något för ett visst företag egenartat, som inte är allmänt bekant eller känt för ett flertal utomstående, och att hemlighållandet skall vara av vikt för det företag till vilket det hänför sig. Utöver sådant som är av teknisk karaktär kan — det framgår delvis redan av exemplifieringen — även sådant som är av kommersiell karaktär vara företagshemlighet. Såsom exempel på icke tekniska företagshemligheter nämns innehållet i en näringsidkares i tävlan med andra avgivna leveransanbud, en affärs vinstprocent på olika varor och särskilda för en viss affär säregna försäljningsmetoder.

Från svensk rättspraxis kan antecknas att ett svenskt bruks förfarande vid och anordningar för hårdmetalltillverkning har ansetts som en företagshemlighet (NJA 1939 s. 36). I andra rättsliga sammanhang kan ha prövats vad som är företagshemlighet, exempelvis vid tillämpning av de särskilda regler som givits till skydd för enskildas yrkeshemligheter, vilka kommer till myndighets kännedom, eller vid tillämpning av 36 kap. 6 § RB,

enligt vilket vittne som regel får vägra att avge utsaga, varigenom yrkeshemlighet skulle uppenbaras. Det material, som förekommer i dessa sammanhang, är emellertid mycket svårtåtkomligt och torde f. ö. knappast vara väl ägnat att allsidigt belysa innebörden av företagshemlighet.

I relationen mellan arbetsgivare och arbetstagare aktualiseras ibland frågan om vad som är eller inte är företagshemlighet. Exempelvis kan anledning till avskedande av en anställd vara att han ansetts ha prisgett yrkeshemlighet. Begär då den anställda ersättning för uppsägningstid och påkallar sin fackliga organisations bistånd, blir det en förhandlingsfråga mellan parterna huruvida yrkeshemlighet förråts. Även detta material är svårtillgängligt och bristfälligt som underlag för studier av vad som avses med företagshemlighet.

Utredningen har genom överläggningar med företrädare för näringsliv och organisationer samt genom studium av utländsk doktrin och rättspraxis sökt bilda sig en närmare uppfattning om vad man avser med företagshemlighet. Dessa undersökningar har inte gett anvisning på något i förhållande till förarbetena till IKL nytt eller annorlunda allmängiltigt kriterium som enligt gängse uppfattning skulle karaktärisera företagshemligheterna. Största tvekan bland svenska företagare synes knyta sig till det momentet i förarbetenas beskrivning att det skall vara något för ett visst företag egenartat. Man har betonat att flera samarbetande företag kan gemensamt besitta en företagshemlighet och att helt fristående företag kan vart för sig ha en identisk företagshemlighet.

I specialmotiveringen i detta kapitel har utredningen likväl till ledning för rättstillämpningen sökt närmare precisera vad som avses med företagshemlighet. I detta sammanhang skall endast framhållas att företagshemlighet enligt utredningens uppfattning är ett immateriellt värde, som oftast torde vara materialiserat i form av ritningar, beskrivningar eller på annat sätt, men som också kan finnas enbart som minne, kunskaper och erfarenheter hos människor.

En numera ofta brukad term, som till innehållet delvis sammanfaller med företagshemlighet, är *know-how*. I sin mest vidsträckt betydelse torde *know-how* uppfattas som all den kunskap och all den erfarenhet, som erfordras för att driva en viss näringsverksamhet. Så uppfattat innehåller *know-how* tekniska och kommersiella element och innefattar bland annat patenterade uppfinningar. Men *know-how* kan också uppfattas mer inskränkt, omfattande exempelvis den tekniska kunskap, som behövs för att på ekonomiskt sätt producera en viss vara eller nyttiggöra en viss uppfinning eller använda en viss maskin.

Inom Internationella Handelskammaren, där man uppmärksammat det rättsliga skyddet för *know-how*, skiljer man mellan industriell, kommer-

siell, finansiell och annan know-how. Man har tills vidare koncentrerat sig på industriell know-how,¹ om vilken en arbetsgrupp inom kammaren säger, bl. a. »Vid analys av det industriella framåtskridandet finner man att utvecklingen av produktionstekniken mestadels uppnås genom att tekniska detaljer förbättras steg för steg. Dessa förbättringar, som tagna var för sig må synas små och betydelselösa, kan stundom i förening vara avgörande för ett företags konkurrensförmåga. Sådan kunskap och erfarenhet, som är resultatet av försöken att behärska tekniken, kallas i industriella kretsar know-how. Detta ord täcker icke blott de nämnda små förbättringarna utan också större steg (inklusive uppfinningar), som har något med produktionstekniken att skaffa. — — — Betydelsen av know-how i den angivna meningen kan vara avsevärd, större än betydelsen av patenterade uppfinningar. Detta torde stå klart om man betänker att patenten täcker endast vissa steg i den tekniska utvecklingen, medan all know-how i förening ger detaljerat svar på varje enskilt tekniskt problem. I praktiken anses mestadels en know-how-licens mycket mer betydelsefull än en patentlicens och det är ett välkänt faktum att licensöverenskommelser mellan industriföretag i ständigt ökad omfattning grundas på know-how.» (International Chamber of Commerce, Document No. 450/198, 27. XII. 1960).

Karakteristiskt för know-how liksom för företagshemlighet torde vara att det skall vara säreget för ett eller flera företag. I termen know-how ligger däremot inte med nödvändighet något krav på hemlighet. Internationella Handelskammaren talar också om hemlig know-how som en avgränsad del av know-how i allmänhet. Tillfogas hemlighetskriteriet torde termen know-how i stort sett täcka samma realiteter som termen företagshemlighet. Men åtminstone vissa såsom företagshemligheter betraktade icke tekniska företeelser, exempelvis kännedom om inköpskällor och förberedelser att lansera nya artiklar, kan inte gärna betecknas som hemlig know-how.

Möjligt är att företagshemlighet oftast används som beteckning på specifika företeelser, medan termen hemlig know-how brukas för mer komplexa sådana. Båda termerna är emellertid så vaga till sitt innehåll att någon säker gränsdragning mellan dem knappast kan göras.

Termerna teknisk förebild och teknisk föreskrift

En kort historisk återblick bidrar till förståelsen av termen teknisk förebild.

Mönster för stadgandet i 3 § andra stycket IKL är motsvarande stadgande i den tyska lagen. Detta hade närmast föranletts av klagomål inom broderi- och spetsindustrien mot att entreprenörer missbrukade de schabloner, som fabrikanter överlämnade till dem för utförande av beställningar. Vid behandlingen i den tyska riksdagen utvidgades stadgandet till att avse inte

¹ Termen »industrial know-how» definieras av kammaren på följande sätt: »Industrial know-how means applied technical knowledge, methods and data necessary for realising or carrying out in practice techniques which serve industrial purposes.»

bara förebilder utan också föreskrifter av teknisk art. Anledningen härtill var att, ehuru stadgandet väsentligen hade sin grund i missförhållanden på spetsfabrikationens område, principen måste utsträckas till andra områden, t. ex. färgindustrien. I patentlagstiftningskommitténs betänkande nämns som exempel på användningen av det föreslagna stadgandet att mången möbelhandlare låter tillverka sina möbler i främmande verkstäder efter egna ritningar och modeller samt att firmor inom vävnadsbranschen ej sällan låter på beställning förfärdiga vävnader efter av dem överlämnade mönster.

Förarbetena till IKL liksom exemplifieringen på teknisk förebild i 3 § andra stycket — ritning, mönster, modell, schablon eller dylik teknisk förebild — bär stark prägel av de tämligen okomplicerade tekniska och industriella förhållanden, som rådde vid tidpunkten för stadgandets tillkomst. Emellertid har stadgandet vunnit tillämpning även på förebilder till tekniskt mer avancerade föremål, såsom ritningar till reningverk och kopplingar för rälsbuss och spårvägståg. Genom rättspraxis har fastslagits att stadgandet kan tillämpas också på en färdig produkt, en hyllremsmaskin, som använts som förebild vid tillverkning av ytterligare sådana maskiner (NJA 1950 s. 164).

En teknisk förebild är i princip inte hemlig men kan innehålla företags-hemligheter. En teknisk förebild är alltid konkret och tämligen väl specificerad. Enligt förarbetena till IKL skall det vara fråga om föremål, efter eller med ledning av vilket varor skall tillverkas eller yrkesprestationer utföras.

Den tekniska och kommersiella utvecklingen har lett till att stadgandet om tekniska förebilder, som tillkom i en industriellt föga utvecklad tid, fått ett vidsträckt tillämpningsområde. I nutidens rikt förgrenade nät av samarbete mellan företag, av underleverantörssystem och av licenstillverkning såväl nationellt som internationellt anförtros i stor utsträckning tekniska förebilder för utförande av arbete eller för affärsändamål. Numera torde emellertid vanligen legotillverkning och annat jämförligt affärssamarbete grundas på mer än tekniska förebilder. Inom den mekaniska verkstadsindustrien, den elektrotekniska industrien och bilindustrien, exempelvis, överlämnas i sådana sammanhang utöver tekniska förebilder såsom ritningar och modeller en mängd annat tillverkningsunderlag såsom materialspecifikationer, värmebehandlingsnormer, ytbehandlingsanvisningar, toleransangivelser, monteringsföreskrifter, provningsnormer etc.

I andra industrier kan man enligt förhållandenas natur inte alls eller bara i begränsad utsträckning arbeta med tekniska förebilder, exempelvis i den kemiska industrien, den kemisk-tekniska industrien, läkemedelsindustrien samt livsmedels- och dryckesvaruindustrierna. Även inom dessa branscher föreligger i växlande utsträckning legotillverknings- och licensöverenskomelser fristående företag eller företagsgrupper emellan, ofta på internationell basis. Härvid överlämnas mellan företagen tillverkningsunderlag och

annat know-how i form av recept, formler, metodbeskrivningar, apparatur-anvisningar, analysföreskrifter etc.

När det i utredningens förslag talas om teknisk förebild och teknisk föreskrift avses därmed konkreta föremål i form av ritningar, modeller, föreskrifter, beskrivningar e. dyl., efter eller med ledning av vilka varor kan tillverkas eller tekniska yrkesprestationer utföras.

Enligt utredningens förslag kan också varuprover vara tekniska förebilder. Om exempelvis inom textilindustrin ett företag på begäran av en beställare tillverkar prov på en textilvara — ett varuprov som är avsett att utgöra grund för ett affärsförhållande mellan parterna — bör således varuprovet anses såsom teknisk förebild i förslagets mening.

Skydd mot angrepp på företagshemlighet, know-how, teknisk förebild och teknisk föreskrift

Den tidigare berörda avvägningen mellan skilda intressen har hittills i svensk rätt resulterat i att man begränsat sig till att i IKL införa särskilda straffbestämmelser för främst vissa förtroendemissbruk berörande företags-hemligheter och tekniska förebilder. Utöver dessa specialbestämmelser kan de allmänna stadgandena i BrB, främst de om förmögenhetsbrott, ha betydelse. För tekniska förebilder kan i viss utsträckning åtnjutas skydd mot kopiering enligt upphovsrättslagen. Förebilder, som har karaktären av mönster, kan ha särskilt skydd enligt lagen om skydd för vissa mönster och modeller. Detta skydd förbättras om förslaget till mönsterlag (SOU 1965: 61) genomförs.

I övrigt har det överlåtits åt företagen att söka värna företagshemligheter, know-how, tekniska förebilder och tekniska föreskrifter genom avtal.

Betydelsen av här berörda företeelser har i många tekniskt betonade branscher ökat avsevärt, sedan de gällande rättsreglerna tillkom strax efter första världskriget. Forskningen har blivit alltmer kostnadskrävande och medfört en ökad specialisering nationellt och internationellt. Därmed har följt att avtal om överlåtelse eller upplåtelse av know-how och tillverkningsunderlag fått väsentligt större omfattning och ekonomisk betydelse.

Tendensen är emellertid inte enhetlig. Inom vissa branscher — telekommunikationsindustrin har nämnts som exempel — har specialiseringen gått så långt att nya tekniska framsteg hos ett företag ofta inte kan utnyttjas av konkurrerande företag i branschen. Inom andra branscher har utvecklingen lett till gemensam forskning, vars resultat ställs till hela branschens förfogande. På många håll utbyter man öppet tekniska erfarenheter och rön mellan företagen. Publicering av forskningsresultat sker också i betydande omfattning.

På det tekniska området finns alltså tendenser både till ökad bevakning av nya rön och metoder och till större öppenhet och utbyte av informationer.

Likartade tendenser i olika riktningar kan iaktas i fråga om kunskaper och erfarenheter av väsentligen kommersiell karaktär.

Frågan om rättsskydd för företagshemligheter och know-how samt tekniska förebilder och tekniska föreskrifter har tilldragit sig betydande intresse på senare tid.¹ Internationella Handelskammaren har förordat ett särskilt uppbyggt rättsskydd för hemlig industriell know-how. Kammaren rekommenderar att i de nationella lagstiftningarna inarbetas vissa summariskt angivna bestämmelser härom. Enligt dessa bör ett företag anses handla olagligt om det använder industriell know-how, som det vet eller bör veta utgör ett annat företags hemliga know-how, utan det senare företags godkännande. Vidare bör det vara olagligt att utsprida ett företags hemliga know-how eller att överlåta det till andra utan godkännande av företaget. Innet i dessa stadganden bör emellertid inverka på ett företags rätt att använda, utsprida eller överlåta varje industriell know-how, som det introducerat och utvecklat genom egna självständiga medel, eller att använda varje sådan know-how, som har publicerats i allmänt tillgänglig form. De sanktioner man tänker sig mot olagligt bruk, utspridande eller överlåtelse av hemlig industriell know-how är förbud (injunction) och skadestånd (order to pay damage). (International Chamber of Commerce, Document No. 450/206., 18 II. 1961).

Om man ställer Internationella Handelskammarens önskemål mot gällande svensk rätt i 3 och 5 §§ IKL finner man betydande skiljaktigheter. I kammarens förslag ses det hela främst från konkurrensynpunkt, medan IKL i fråga om yrkeshemligheter anknuter till relationen arbetsgivare-anställd och i fråga om tekniska förebilder till individuella förtroendesituationer. Termen hemlig industriell know-how i kammarens förslag synes närmast motsvara vad som på svenska skulle kunna kallas teknisk företagshemlighet, medan termen yrkeshemlighet i IKL omfattar inte bara tekniska utan också kommersiella, finansiella, administrativa och andra faktorer. Kammarens förslag synes i princip ge möjlighet till ingripande mot envar ondtröende tredje man, medan möjligheterna att ingripa mot missbruk av tredje man enligt IKL är starkt begränsade.

Kammarens förslag påminner om det rättsskydd, som gäller för de immaterialrättsliga ensamrätterna, låt vara att det försetts med vissa reservationer. De flesta av ensamrätterna — patent, mönster, kännetecken — är emellertid grundade på förprovning och registrering eller inarbetning och därmed noggrant individualiserade och preciserade. Föremålet för upphovsrätt — litterärt eller konstnärligt verk — är kvalificerat särpräglat individuellt. De »skyddsobjekt», som nu är i fråga, är emellertid svårpreciserade och mångskiftande och är ofta inte materialiserade. Att bygga upp en sorts mot envar ondtröende tredje man i princip gällande ensamrätt till mer eller mindre hemliga kunskaper eller till rikt varierade tillverkningsunderlag ter sig vanskligt.

¹ En diskussion i ämnet finns refererad i NIR 1965 s. 6—41 och 201—251. Några aktuella rättsspörsmål om know-how behandlades på det 24:e nordiska juristmötet i Stockholm den 31 augusti — den 2 september 1966.

Vidare måste — såsom antyds i interpellationssvaret från 1949 — förhållandet mellan rättsskydd för företagshemligheter och patenträtten beaktas. Till uppfinningar, som kan tillgodogöras industriellt, har uppfinnaren eller hans rättssinnehavare möjlighet att efter förprovning och registrering få ensamrätt genom patent. I gengäld skall uppfinningen efter patentets utlöpande stå till allmän rådighet. Ett omfattande rättsskydd för företagshemligheter — bland vilka också ingår patenterbara uppfinningar — kan i någon mån tänkas motverka det ändamålet med patentlagstiftningen att nya tekniska rön efter viss tid skall bli tillgängliga för alla.

Såsom framgår av det föregående är premisserna för revision av 3 och 5 §§ IKL vaga. Det är inte möjligt att klart definiera och till och med svårt att tillfredsställande beskriva vissa av de företeelser man vill skydda. Den samhällsekonomiska effekten av lagstiftning på detta område kan inte fastställas. Uppfattningarna inom näringslivet och intresseorganisationerna är skiftande. En utgångspunkt är emellertid uttalandet i direktiven för utredningen att ur allmän synpunkt skadlig konkurrensbegränsning inte får främjas utan i stället såvitt möjligt bör motverkas.

Utredningen finner därför att man liksom hittills i svensk rätt bör skydda de här ifrågakommande företeelserna endast genom att straffbelägga moraliskt klart förkastliga angrepp mot dem. Att obehörigen utnyttja företagshemligheter och tekniska förebilder i relationer, som förutsätter lojalitet eller förtroende, bör alltså även i fortsättningen vara straffbart. Dessutom bör man med straffhot stävja att någon med otillbörliga medel bereder sig eller försöker bereda sig tillgång till företagshemlighet eller utnyttjar sålunda förvärvad företagshemlighet. Även sådant utnyttjande från tredje mans sida av företagshemligheter och tekniska förebilder, vilket har ett tidigare brottsligt förfarande till förutsättning, bör vara straffbart. De närmare övervägandena redovisas i det följande.

De stora vanskligheter, som den rättsliga regleringen på detta område erbjuder, har föranlett att en stor mängd alternativa lösningar diskuterats under utredningsarbetets gång. Det förslag som nu framläggs är resultatet av ingående överväganden inom de nordiska kommittéerna och överensstämmen i sina huvuddrag med de förslag som framförs i Danmark, Finland och Norge. Enligt utredningens mening harmonierar dess förslag väl med uttalandet i interpellationssvaret från 1949 att skydd för yrkeshemligheter blott synes berättigat, när det gäller mer påtagligt illojala förfaranden.

Vad gäller interpellationssvaret i övrigt har förutsättningarna ändrats därigenom att prövningen av frågan om en generalklausul företas i samband med en allmän översyn av IKL. Såsom kommer att framgå av kap. VII föreslår utredningen en bestämmelse av allmän karaktär. Denna allmänna bestämmelse är emellertid inte avsedd att vara tillämplig på förfaranden, som omfattas av eller har samma karaktär som dem, som berörs i 3 och 4 §§ i utredningens förslag.

Företagsspioneri

En allvarlig brist i gällande lag har ansetts vara att det inte finns några adekvata möjligheter att ingripa mot den som bereder sig eller försöker bereda sig tillgång till företagshemligheter med otillbörliga medel, ett förfarande som här betecknas som företagsspioneri.

Företagsspioneri kan förekomma i de mest skiftande former såväl mellan företag i samma land som över nationsgränserna. Frekvensen och den ekonomiska betydelsen därav är omöjlig att fastställa. Det har påståtts att det internationella företagsspionaget under mellankrigstiden var ett mycket allvarligt problem. (Forhandlingar på det sekstende nordiske juristmöte, Oslo 1935, Bilag I s. 3. Se även NJA 1939 s. 36.) Under hand har inhämtats att »industrial espionage» anses vara ett stort problem i dagens England. Emellanåt förekommer i fack- och dagspress uppgifter om organiserat företagsspioneri med enorma ekonomiska konsekvenser. Under alla förhållanden torde man kunna säga att en latent risk för företagsspioneri, såväl nationellt som internationellt, alltid måste förefinnas i ett land med ett tekniskt och merkantilt väl utvecklat näringsliv.

Att bereda sig eller försöka bereda sig tillgång till andras företagshemligheter behöver inte alltid vara otillbörligt. Avgörande är på vad sätt det sker. Att på öppna marknaden inköpa en produkt och genom analys av densamma utforska företagshemligheter är inte otillbörligt. Inte heller att söka komma underfund med en hemlighet genom att undersöka på offentlig mässa utställda, i handeln ännu inte utkomna föremål. En företagsrepresentant, som vid ett legitimt besök hos ett annat företag av en tillfällighet råkar observera en anordning, som företaget betraktar som en fabriktionshemlighet, kan normalt inte anses handla otillbörligt om han ger sitt eget företag möjlighet att utnyttja en likadan anordning.

Otillbörligt är det däremot att stjäla eller obehörigen kopiera en ritning, som är hemlig, att utan tillstånd bereda sig tillträde till annans lokal och där fotografera hemliga handlingar, att under ett studiebesök med fotograferingsförbud ta bilder med en dold mikrokamera, att inspela hemliga konferenser på insmugglade inspelningsapparater, att avlyssna hemliga telefonsamtal genom obehörigen inkopplade avlyssningsanordningar etc. Den moderna tele- och fototekniken erbjuder rikt varierade hjälpmedel till otillbörliga förfaranden på detta område.

De risker, som den nya tekniken medför för den personliga integriteten, har uppmärksamats av justitieministern som den 13 maj 1966 bemyndigats tillsätta en utredning angående förstärkt integritetsskydd på personrättens område. Utredningen kan komma att leda till ökad kriminalisering av olovligt utforskande av privata angelägenheter med hjälp av teknisk apparatur. Oavsett om så sker, skall enligt utredningens om illojal konkurrens mening den som olovligen utforskar företagshemlighet med tekni-

kens hjälp i regel anses ha berett sig tillgång till hemligheten på otillbörligt sätt.

Den ofta subtila gränsdragningen mellan korrekt och inkorrekt förfarande kan belysas med ett uttalande av chefen för ett marknadsundersökningsföretag i England, citerat i en artikel om *The Industrial Spies* i *Sunday Times* för den 24 oktober 1965. Vederbörande säger att han anser det helt korrekt att låta en man stå utanför en fabriks portar och räkna antalet lastbilar, som lämnar fabriken, men att det skulle vara orätt att placera en man i ett fönster med en högeffektiv kikare för att läsa förmannens lastningsplan.

Huruvida företagsspioneri kan åtkommas med allmänna stadganden i BrB beror, såsom framgår av redogörelsen för gällande rätt, mer eller mindre av en slump. Enligt en lagkommentar anses den som sätter sig i besittning av en yrkeshemlighet genom att olovligen tillgripa en i och för sig värdelös genomslagskopia av en ritning kunna straffas för stöld, men fotograferar han ritningen eller kopierar den på annat sätt är stöldparagrafen otillämplig på förfarandet (Brottsbalken I, s. 262). Den som förvärvar en företagshemlighet genom att kopiera en handling, som han har i sin besittning, kan eventuellt dömas för olovligt förfogande med handlingen. Men besittes handlingen av annan vid kopieringen faller förfarandet inte under stadgandet mot olovligt förfogande.

Det olika utfallet av BrB:s tillämpning på otillbörligt förvärv av företagshemligheter beror tydligen väsentligen på att denna är immateriell, en kunskap som kan vara materialiserad på olika sätt eller som inte alls är materialiserad. Utredningen anser att allt tillägnande av företagshemlighet med otillbörliga medel bör vara straffbart. Utredningen har efter att ha övervägt olika möjligheter valt att uttrycka det otillåttna därmed att någon på otillbörligt sätt bereder sig tillgång till företagshemligheten. Utredningen är medveten om att uttrycket är vagt såsom en beskrivning av vad som skall straffas. Det har emellertid inte varit möjligt att finna en mer specifik beskrivning som täcker alla de skiftande förfaranden som avses. Vad som skall förstås med uttrycket belyses närmare i specialmotiveringen.

Den som berett sig tillgång till företagshemlighet på otillbörligt sätt bör också vid straffansvar vara förhindrad att använda eller yppa denna.

Utredningen anser det nödvändigt för effektivitetens skull att även försök till företagsspioneri bestraffas. Detta bör rättstekniskt ske genom en hänvisning till de allmänna försöksreglerna i brottsbalken.

Endast uppsåtliga förfaranden bör straffas. Straffbara förfaranden är enligt allmänna regler också skadeståndsgrundande.

Tekniska förebilder och tekniska föreskrifter är som nämnts alltid konkreta föremål, som kan innehålla företagshemligheter och som representerar ett särskilt värde därigenom att de kan bilda underlag för tillverkning av varor eller för tekniska yrkesprestationer. Tillgrepp och annat tillägnande

av tekniska förebilder och tekniska föreskrifter torde kunna angripas på ett i stort sett tillfredsställande sätt med stöd av redan befintliga lagstadganden, särskilt BrB:s stadganden om förmögenhetsbrott och förbudet mot kopiering enligt upphovsrättslagen.

Prisgivande av företagshemlighet, förebild eller föreskrift

Var och en som på otillbörligt sätt uppsåtligen bereder sig tillgång till företagshemlighet eller som utnyttjar företagshemlighet, som han fått tillgång till på sådant sätt, skall kunna straffas enligt förslaget till stadgande mot företagsspioneri. Detta gäller både om vederbörande är utomstående eller knuten till företaget såsom anställd eller på annat sätt.

Ett i praktiken vanligare fall torde emellertid vara att anställda missbrukar företagshemligheter, som de fått kännedom om på helt korrekt sätt. Företagshemligheter måste för att kunna användas i verksamheten anförtros eller eljest bli kända för vissa anställda. Anställda kan även lätt av en tillfällighet få kännedom om företagshemligheter, som de egentligen inte har med att göra, utan att deras handlande på något sätt är klandervärt. Detsamma gäller om tekniska förebilder och tekniska föreskrifter, alltså tillverkningsunderlag.

Såvitt gäller anställda brukar det anses att tjänsteavtalet som en biförpliktelse innefattar skyldighet för arbetstagaren att iaktta trohetsplikt gentemot arbetsgivaren. På arbetstagaren ställs alltså krav på lojalitet mot arbetsgivaren. (Se härom *Palmgren: Konkurrenskláusuler vid tjänsteavtal*, Helsingfors 1939, s. 22, och *Schmidt: Tjänsteavtalet*, Stockholm 1959, s. 241.) Denna uppfattning har kommit till uttryck i många kollektivavtal. Som exempel kan nämnas ett, där det under rubriken allmänna förhållningsregler uttalas att förhållandet mellan arbetsgivare och tjänstemän grundar sig på ömsesidig lojalitet och ömsesidigt förtroende och att tjänsteman har att vid alla tillfällen noga bevaka och tillvarata arbetsgivarens intressen. Detta utvecklas ytterligare genom ett uttalande om att full diskretion såväl inåt som utåt skall iakttas rörande företagets angelägenheter, såsom pris-sättningar, konstruktioner, experiment och undersökningar, driftsförhållanden, affärsangelägenheter o. dyl. (Exemplet hämtat från avtalet den 8 maj 1964 mellan Sveriges Verkstadsförening och Svenska Industritjänstemannaförbundet.) Motsvarande lojalitetsplikt torde ofta finnas föreskriven i tjänsterelementen och instruktioner.

Att anställda har lojalitetsplikt gentemot sina arbetsgivare är allmänt accepterat. Skyldigheten omfattar, som av ovannämnda exempel framgår, i princip alla företagets angelägenheter men accentueras särskilt när det gäller företagshemligheter och tillverkningsunderlag. Det saknar betydelse om hemligheterna är konkretiserade i något föremål eller ej. Lojalitetsplikten är heller inte begränsad till sådana företagshemligheter och sådant tillverk-

ningsunderlag, som anförtros den anställde i och för hans tjänst, utan gäller i lika hög grad exempelvis beträffande sådant som den anställde av en slump får reda på eller tillgång till.

Sanktioner mot svikande av lojalitetsplikten kan vara uttryckligen föreskrivna i avtal och följer eljest av arbetsrättsliga normer. Praktiskt sett mest betydelsefullt är väl skiljande från anställningen.

Den allmänna uppfattningen är således att anställd som under anställningstiden obehörigen använder sig av eller yppar det han vet vara en arbetsgivarens yrkeshemlighet samt anställd som på samma sätt förfogar över honom anförtrodd teknisk förebild handlar förkastligt, även om det inte sker i den direkta avsikten att bereda sig eller annan fördel eller att göra skada. Straffansvaret och därmed också skadeståndsansvaret för anställd i 3 § IKL bör därför bibehållas och utsträckas till alla uppsåtliga förfaranden. Dessutom bör det omfatta också annat tillverkningsunderlag än tekniska förebilder, alltså vad utredningen kallar tekniska föreskrifter.

Emellertid torde risken att företagshemligheter och tillverkningsunderlag prisges vara störst i samband med att anställda slutar sin tjänst för att övergå till annat arbete. Den anställde har, oavsett om han skall börja egen verksamhet eller i ny tjänst, en naturlig ambition att få en så god start som möjligt. Frestelsen att utnyttja eller yppa den tidigare arbetsgivarens företagshemligheter samt tekniska förebilder och tekniska föreskrifter kan därför vara stor. Den nye arbetsgivaren å sin sida kan ha intresse av att få del av dessa ting, han kanske rent av »köpt» den anställde i syfte att komma åt dem.

Såvitt gäller särskilt anförtrodda tekniska förebilder stadgar gällande lag straff- och skadeståndsansvar för anställd som missbrukar dem efter anställningstiden. Detta ansvar bör bibehållas och även här utsträckas till att omfatta också annat tillverkningsunderlag, alltså tekniska föreskrifter.

Frågan om införande av motsvarande ansvar för anställd, som efter anställningstidens slut obehörigen begagnar eller yppar den tidigare arbetsgivarens företagshemligheter, diskuterades livligt under förarbetena till IKL (1915 års betänkande s. 302—310, som även innehåller en redogörelse för meningsbrytningarna vid den tyska lagens tillkomst, samt s. 514—518). Patentlagstiftningskommitténs majoritet föreslog straffansvar för anställd, som medan han var kvar i tjänsten eller inom loppet av ett år efter det han lämnat densamma i avsikt att bereda sig eller annan fördel eller att göra skada obehörigen använde sig av eller yppade omständighet som han visste utgjorde en arbetsgivarens eller den förre arbetsgivarens yrkeshemlighet. En minoritet inom kommittén förordade tystnadspliktens begränsning till anställningstiden. Departementschefen anslöt sig till minoritetens förslag, varvid han särskilt betonade svårigheten att dra gränsen mellan verkliga, speciella yrkeshemligheter och allmänna yrkeskunskaper (prop. 1919: 269 s. 16).

I Danmark och Norge men inte exempelvis i Finland och Tyskland har, som av redogörelsen för utländsk rätt framgår, den straffsanktionerade tystnadsplikten för anställd i fråga om företagshemligheter utsträckts till viss tid, 3 resp. 2 år, efter anställningens upphörande. I de nya danska och norska förslagen till lagar om otillbörlig konkurrens föreslås att tiden begränsas till ett år.

Enligt utredningens rundfråga förelåg som nämnts majoritet för uppfattningen att en motsvarande straffsanktionerad tystnadsplikt utöver anställningstiden borde införas i svensk rätt. Svenska Arbetsgivareföreningen och Sveriges Industriförbund har i särskilda skrivelser till utredningen i juni 1965 understrukit detta önskemål. Önskemålet har främst motiverats med att företagshemligheter och hemlig know-how representerade utomordentligt stora värden för många företag och att framåtskridandet bäst främjades av ett förbättrat rättsskydd för dessa företeelser.

Utredningen föreslår, såsom redovisats i föregående avsnitt, straff- och skadeståndsansvar för envar, alltså även anställd, som på otillbörligt sätt uppsåtligen bereder sig tillgång till företagshemlighet eller som uppsåtligen använder eller yppar företagshemlighet som han på otillbörligt sätt berett sig tillgång till.

Vidare föreslår utredningen som nämnts ansvar utan tidsbegränsning för anställd eller annan, som anförtrotts teknisk förebild eller teknisk föreskrift och som uppsåtligen och obehörigen använder eller ger annan del av denna. Många företagshemligheter och särskilt sådana som har stort ekonomiskt värde torde vara materialiserade i tekniska förebilder eller tekniska föreskrifter. I den mån sådana förebilder eller föreskrifter anförtrotts någon i anställningsförhållande kan ingripande ske om han missbrukar dem.

Varje anställd, som berett sig tillgång till en arbetsgivares företagshemlighet på otillbörligt sätt eller som anförtrotts en företagshemlighet i form av en teknisk förebild eller teknisk föreskrift, drabbas sålunda enligt förslaget av ansvar om han efter anställningstidens slut obehörigen använder eller yppar denna hemlighet. Detta innebär en betydande utvidgning i förhållande till gällande rätt av möjligheterna att ingripa mot missbruk av företagshemligheter.

Mot denna bakgrund framstår frågan om man bör införa straffansvar för anställd, som efter anställningstiden använder eller yppar en företagshemlighet som inte konkretiserats i en anförtrodd teknisk förebild eller teknisk föreskrift och som han i tjänsten eller i övrigt på korrekt sätt eller av en tillfällighet fått reda på, såsom mindre betydelsefull. Likväl har ett stort antal skilda lösningar av detta problem diskuterats. Bland annat har man ifrågasatt att utsträcka straffansvaret för anställda, som på grund av förtroendeställning eller dem anförtrodda särskilda arbetsuppgifter fått tillgång till företagshemlighet under sådana förhållanden, att det skulle strida mot tro och heder att använda eller yppa densamma för kommersiellt ut-

nyttjande. Möjligen skulle den ytterligare förutsättningen föreligga att det var fråga om en kvalificerad teknisk företagshemlighet. I all diskussion om detta speciella straffansvar för anställd utöver anställningstiden har man varit ense om att avvisa varje lösning utan tidsgräns. I stället har man funnit nödvändigt att begränsa den ifrågasatta ansvarstiden ganska snävt, till ett år efter anställningstidens slut.

Vid den avvägning mellan skilda intressen, som måste göras då ställning skall tas till frågan om att på ett eller annat sätt i tiden utsträcka den anställdes ansvar för företagshemligheter, som han inte tillägnat sig på otillbörligt sätt och som inte anförtrots honom i form av förebilder eller föreskrifter, måste flera faktorer beaktas.

Redan den omständigheten att företeelsen företagshemlighet är konturlös leder enligt utredningens mening till att man bör vara försiktig med att stadga straff för förfaranden, som inte oomtvistligt uppfattas såsom ett åsidosättande av den lojalitetsplikt som följer av allmänna arbetsrättsliga grundsatser. Vidare kan det, som redan patentlagstiftningskommittén understrukt, många gånger vara svårt att skilja mellan företagshemlighet, å ena, samt yrkeskunskap, yrkesskicklighet och yrkeserfarenhet, å andra sidan. Företagshemligheters obestämda natur gör det nära nog omöjligt att fästa avgörande rättslig betydelse vid en distinktion mellan exempelvis tekniska och icke-tekniska eller kvalificerade och icke-kvalificerade hemligheter. Svårigheten att bevisa att företagshemlighet föreligger torde visserligen i sista hand oftast drabba den som påstår ansvar. Men intill dess saken ställs på sin spets, vid rättegång eller på annat sätt, faller den vanskliga bedömningen av vad som är företagshemlighet eller eventuellt teknisk eller kvalificerad företagshemlighet eller del av sådan hemlighet på den förutvarande anställda ensam. Detta kan leda till att många av dessa till förfång för sig själva och för den tekniska och kommersiella utvecklingen av försiktighetsskäl bli benägna att ålägga sig en återhållsamhet i användandet av sin kunskap, erfarenhet och skicklighet, som inte är önskvärd i ett samhälle som bygger på marknadshushållning med fri konkurrens.

En annan faktor av vikt är att det i det stora hela inte är många anställda, som har kännedom om sådana företagshemligheter som inte materialiserats i anförtrodda tekniska förebilder eller tekniska föreskrifter. Förhållandena är naturligtvis olika i skilda branscher och företag, men totalt sett är det endast ett fåtal av alla i näringsverksamhet anställda men ofta särskilt kvalificerade sådana, som skulle beröras av utsträckt tystnadsplikt. Särskilt de komplicerade hemligheterna, vilka främst torde vara av stor ekonomisk betydelse, kan eller måste ofta delas upp på så många händer att endast några få personer i central ställning har överblick över dem. Utsträcker man generellt i lag tystnadsplikten för att skydda arbetsgivare mot att det fåtal förutvarande anställda, som har total insyn i viktiga företagshemligheter, efter anställningstiden utnyttjar sin kunskap eller yppar den för

andra, skapar man samtidigt osäkerhet för alla andra förutvarande anställda, som på goda grunder inte säkert vet vad som är företagshemlighet eller del av företagshemlighet. Förlängd tystnadsplikt begränsad till dem, som på grund av förtroendeställning eller anförtrodda särskilda arbetsuppgifter fått tillgång till hemlighet, väcker mindre betänklighet från här anförda synpunkt, men även med en sådan regel kvarstår en betydande osäkerhet om tystnadsplikt föreligger eller inte.

Ytterligare måste beaktas att företagshemligheters livslängd varierar starkt. I många fall förlorar hemligheter snabbt sitt intresse. Det kan röra sig om en månad eller ett halvår. I andra fall är hemligheter av betydelse under årtatal, i undantagsfall kanske under decennier. Ingen tycks ifrågasätta annat än att en tidsgräns måste fogas till en i lag utsträckt tystnadsplikt. Det finns en beaktansvärd risk för att en schematisk tidsgräns kommer att medföra en tendens till låsta positioner, ökade svårigheter att uppnå rimliga avtalslösningar i individuella fall och medverkan från arbetsmarknadens organisationer till sådana lösningar.

Möjligheter föreligger nämligen, som antytts och strax närmare skall utvecklas, att genom särskilda avtal lösa frågan om skydd för företagshemligheter efter anställningstidens slut. Avtalsvägen kan man binda »nyckelmännen» och anpassa bundenheten till de skiftande förhållanden som i praktiken föreligger i olika individuella situationer.

Av nu redovisade skäl har utredningen stannat för att inte föreslå ett generellt och med nödvändighet tidsbegränsat straffansvar för anställd som efter anställningens upphörande använder eller yppar sin förre arbetsgivares företagshemligheter.¹

Avtal mellan arbetsgivare och anställda

Arbetsgivare har möjlighet att avtalsvägen skydda sig mot anställdas missbruk av företagshemligheter. Under anställningstiden regleras förhållandena genom kollektivavtal och andra arbetsavtal. För tiden efter anställningens upphörande kan tystnadsplikt vara generellt föreskriven för vissa anställda. I övrigt kan särskilda avtal träffas.

För ledamot eller suppleant i företagsnämnd och företagsombud gäller att han inte får yppa eller använda sig av tekniskt eller ekonomiskt förhållande, varom han i denna sin befattning erhållit kännedom. En förutsättning är att vederbörande vet att förhållandet är en yrkes- eller affärshemlighet eller att arbetsgivaren gjort särskilt förbehåll mot yppande. Tystnadsplikten gäller även för det fall att vederbörande frånträder sin anställning vid företaget (avtal om företagsnämnder mellan Svenska Arbetsgivareföreningen och LO samt mellan föreningen och TCO, § 37 med protokollsanteckning).

¹ Inom utredningen har avvikande mening i denna fråga redovisats i särskilda yttranden av hrr Gillberg, Jacobsson, Söderberg och Uggla.

Möjligen kan arbetsgivaren med sådana anställda, som kan förväntas få del av värdefulla informationer, överenskomma om lång uppsägningstid. Till följd av företagshemligheters ofta begränsade livslängd kan härigenom ett inte oväsentligt skydd åvägabringas.

Mer praktiskt är emellertid avtal med konkurrens- eller diskretionsklausul. Med konkurrensklausul avses ett förbud för den anställde under viss tid efter anställningens upphörande att ta anställning hos med arbetsgivaren konkurrerande företag, att ingå som delägare i sådant företag eller att på annat sätt bistå sådant företag med råd eller dåd samt att själv eller genom annan starta eller driva med arbetsgivaren konkurrerande verksamhet. Med diskretionsklausul avses en klausul, som lämnar den anställde full frihet att ta ny anställning hos konkurrerande företag eller att starta egen konkurrerande verksamhet men förbjuder honom att under viss tid avslöja eller utnyttja den förre arbetsgivarens företagshemligheter.

De sociala vådorna av alltför långt gående konkurrensklausuler har observerats av lagstiftaren. Enligt 38 § avtalslagen är den som utfäst sig att inte driva viss verksamhet eller att inte ta anställning hos någon, som idkar sådan verksamhet, inte bunden av utfästelsen, för så vitt den i fråga om tid och ort eller eljest skulle sträcka sig längre än som kan erfordras för att hindra konkurrens eller eljest över hövan inskränka honom i hans frihet att utöva förvärvsverksamhet. Vid prövningen i sistnämnda avseende skall hänsyn tagas även till det intresse den enligt utfästelsen berättigade har i densammnas fullgörande. (Angående konkurrensklausuler, se Palmgren, a. a., och Schmidt, a. a., s. 255.)

Förekomsten av för de anställda ogynnsamma konkurrensklausuler har tid efter annan påtalats, bl. a. i en interpellation i riksdagen 1946, vilken besvarades av justitieministern med att åtgärder lagstiftningsvägen ej borde vidtas i avvaktan på resultatet av överläggningar i ämnet mellan parterna på arbetsmarknaden. (Interpellationen nämnd hos Schmidt, a. a., s. 260 not 13. Se också NIR 1949 s. 121.) Dessa överläggningar resulterade i slutet av 1947 i två i sak likalydande överenskommelser med rekommendationer i fråga om konkurrensklausuler mellan å ena sidan Svenska Arbetsgivareförbundet samt å andra sidan Svenska Industritjänstemannaförbundet och Sveriges Arbetsledareförbund. Det uttalades bl. a. att konkurrensklausuler borde komma i fråga endast vid företag, där yrkeshemligheter fanns, vilkas yppande skulle vara till påtagligt men för företaget, samt endast för tjänsteman, som under tjänstgöringen fick kännedom om dylik hemlighet och var kvalificerad nog att kunna göra bruk av denna kännedom. Överenskommelserna rekommenderade vidare att konkurrensförbudet inte skulle gälla i vissa uppsägningssituationer, att arbetsgivaren intill viss gräns skulle kompensera tjänstemannen för inkomstförlust under förbudstiden, att konkurrensförbudets giltighetstid i allmänhet ej borde överstiga två år efter an-

ställningens upphörande samt att vitet för överträdelse av förbudet borde stå i rimlig relation till årslönen.

Överenskommelserna mellan arbetsmarknadsparterna torde ha medfört att uppenbart orimliga konkurrensförbud inte längre används och att över huvud taget konkurrensklausuler brukas på ett mer nyanserat sätt än tidigare. Överenskommelserna har emellertid numera — efter förhandlingar mellan parterna, varvid från arbetstagersidan bl. a. yrkats att konkurrensklausuler endast skulle få förekomma för tjänstemän med en total insyn i vissa produktionshemligheter samt att tid efter annan omprövning skulle ske med hänsyn till ändrade arbetsuppgifter etc. — uppsagts av arbetsgivarorganisationerna. Därvid har från dessas sida förklarats, att man principiellt är emot konkurrensförbud och att man inte avser att träffa någon ny överenskommelse med arbetsgivarsidan. (Industritjänstemannen, nr 11/1961, s. 9.)

Att man på arbetstagersidan i princip är negativ till konkurrensklausuler och inte önskar träffa någon ny generell överenskommelse med arbetsgivarsidan torde emellertid inte innebära att man ej erkänner att konkurrensförbud kan vara berättigade i individuella fall. Och som ett grundläggande faktum kvarstår att rättsordningen tillåter avtal om konkurrensförbud med de modifikationer som 38 § avtalslagen anger.

Utredningen har den uppfattningen att det stundom kan vara försvarligt att använda konkurrensklausuler som skydd för vitala företagshemligheter. Utredningen förutsätter dock att man i det särskilda fallet prövar om behov av klausul verkligen föreligger, att frågan om klausulens tidslängd ägnas särskild uppmärksamhet och att full kompensation tillförsäkras arbetstagen. Med vissa intervaller och särskilt då arbetstagen slutar sin anställning bör avtalet tas upp till förnyad prövning och en avvägning ske mellan värdet av och kostnaden för att upprätthålla konkurrensförbudet. Erfarenheten visar att en sådan förnyad prövning ofta leder till att man kommer överens om att upphäva konkurrensförbudet.

Enligt utredningens mening är emellertid diskretionsklausuler i regel att föredra framför konkurrensklausuler. Diskretionsklausuler kan utformas på olika sätt. De kan ges ett generellt och tämligen intetsägande innehåll. De kan också specificeras noga. Uppenbarligen är det i många fall svårt att då anställningsavtal träffas ingående precisera tystnadspliktens omfattning och innebörd, men det får anses önskvärt att de tämligen noggrant anger vad arbetsgivaren önskar att den anställde under viss tid efter anställningens upphörande inte skall använda eller yppa.

Det kan nämnas att man under utredningsarbetet har övervägt att ordna skyddet för företagshemligheter gentemot f. d. anställda på så sätt, att de som i avtal förbundit sig att respektera dessa jämväl efter anställningstiden skulle drabbas av straff, om de inom viss begränsad tid därefter bröt mot

avtalet. Det ansågs försvarligt att den anställde kunde träffas av dessa sanktioner, om han svek klart angivna och frivilligt åtagna förpliktelser. Men systemet befanns behäftat med betydande nackdelar. Gentemot konkurrens-klausuler kan nämligen invändas att de går längre än vad som betingas av syftet att skydda hemligheter. Den hindrar ju vederbörande, ofta en kvalificerad tjänsteman, att under viss tid använda sin speciella sakkunskap. Det ter sig därför betänkligt att underbygga konkurrensklausuler med straffsanktion. Och i fråga om diskretionsklausuler måste beaktas att de ofta endast mycket allmänt anger beträffande vilka företeelser den anställde har att iaktta diskretion. Alltså överläts den många gånger svåra gränsdragningen mellan företagshemligheter å ena sidan samt yrkeskunskap, yrkeserfarenhet och yrkesskicklighet å andra sidan i första hand på den enskilde. Om klausulen tydligt anger exakt vad den tidigare arbetsgivaren vill att den anställde inte skulle yppa eller utnyttja — något som endast i undantagsfall torde vara praktiskt möjligt — måste ändock beaktas att parternas uppfattning aldrig ensamt avgör vad som är företagshemlighet. Då saken blir aktuell för den förutvarande anställde kanske förhållandet honom ovetande redan är så allmänt känt att det objektivt sett inte kan anses som företagshemlighet. Av dessa skäl anser utredningen att inte heller diskretionsklausuler bör förstärkas med straffsanktion.

Relationer till uppdragstagare m. fl.

Enligt 3 § IKL är det endast anställd som kan drabbas av straff för missbruk av företagshemlighet. Då det gäller teknisk förebild däremot straffas envar, som anförtrotts förebilden för visst ändamål och som missbrukar den.

Utredningen föreslår, att denna senare princip bibehålls och utsträcks till att gälla också för teknisk föreskrift. En första förutsättning för ingripande är således att förebilden eller föreskriften överlämnats till någon för utförande av arbete eller för affärsändamål under sådana omständigheter att den kan sägas vara honom anförtrodd. Den som mottagit förtroendet kan vara exempelvis anställd, uppdragstagare, samarbetande företagare, underleverantör eller annan affärsförbindelse.

I fråga om företagshemligheter, som inte konkretiserats i teknisk förebild eller teknisk föreskrift, har förhållandet arbetsgivare—anställd ansetts konstitueras en lojalitetsplikt för den senare, som motiverat rättsliga medel till ingripande mot missbruk. Emellertid kan eller måste företagshemligheter bli kända även för andra som står i någon relation till företaget, exempelvis delägare eller de ovan nämnda kategorierna uppdragstagare, samarbetande företagare, underleverantör eller annan affärsförbindelse. Fråga har då uppkommit om den straffsanktionerade tystnadsplikten bör utsträckas till dessa kategorier.

Uppdragsförhållande får anses vara på många sätt jämförbart med anställningsförhållande. I uppdrag ligger ofta ett särskilt uttryck för förtroen-

de från uppdragsgivarens sida. Många gånger är uppdragstagare kvalificerade personer eller företag, konsulter och rådgivare av olika slag. Dessa omständigheter motiverar enligt utredningens mening att uppdragstagare vid straffansvar förbjuds att under tiden för uppdragets utförande obehörigen använda eller yppa uppdragsgivarens företagshemligheter. Är uppdragstagaren juridisk person får enligt allmänna regler utväljas straffbart subjekt inom den juridiska personen. Även anställda hos uppdragstagare bör omfattas av ansvaret.

De skäl, som enligt vad ovan anförts talar emot att straffansvaret för anställd utsträcks utöver anställningstiden, talar också mot en motsvarande utsträckning beträffande uppdragstagare. Härtill kommer att det är angeläget att konsulter och andra kvalificerade uppdragstagare inte alltför mycket binds i sitt fortsatta arbete utan har möjlighet att utnyttja den fond av erfarenhet, som de förvärvat. Utredningen har den uppfattningen, att frihet för konsulter att efter avslutade uppdrag under yrkesansvar begagna sitt kunnande är en lämpligare generell princip än en skönsmässigt tidsbegränsad ansvarsregel.

Vad gäller delägare och samarbetande företagare har många skäl befunnits tala mot straffansvar för dem vid missbruk av företagshemlighet. I rättsförhållandet kompanjoner emellan torde ofta vara tveksamt vad som är den enes eller den andres eller det gemensamma företags hemlighet. Samarbete mellan företag har många olika former. Det kan vara fråga om moder-dotterföretags-relationer, koncernbildningar, samarbete mellan finansiellt mer eller mindre integrerade eller av varandra helt oberoende företag, fast samarbete under en följd av år eller tillfällig samverkan om ett enskilda projekt. De starkt skiftande förhållandena talar för att man inte söker lösa frågan om ansvaret för missbruk av företagshemlighet genom en lagregel utan hänvisar parterna till att klarlägga rättsläget genom avtal. Därtill kommer att delägare och samarbetande företagare i princip är jämbördiga parter, av vilka det skäligen kan fordras att de reglerar sina inbördes förhållanden avtalsvägen. Utredningen har därför stannat för att begränsa sitt förslag i denna del till att avse endast anställnings- eller uppdragsförhållanden. Utredningen är medveten om att gränsen mellan uppdragstagare och samarbetande företagare kan vara flytande men räknar med att den i rättstillämpningen kan bestämmas i det särskilda fallet.

Tredje mans ansvar

I gällande rätt anses de allmänna medverkansreglerna i BrB vara tillämpliga på stadgandet om yrkeshemligheter och tekniska förebilder. Den som förmår en anställd att yppa en yrkeshemlighet eller förmår en person, som anförtrotts en teknisk förebild, att delge annan denna dömes alltså, om förutsättningarna i övrigt för tillämpning av stadgandet är för handen, för an-

stiftan till brott mot 3 § IKL. Även medverkan i övrigt till brott mot denna paragraf är straffbart. Men även en tredje man, som inte är åtkomlig såsom medverkande, kan under vissa snäva förutsättningar jämlikt 5 § IKL drabbas av ansvar. Förutsättningarna är att vederbörande har avsikt att bereda sig eller annan fördel, att han obehörigen använder sig av eller giver annan del av yrkeshemlighet eller teknisk förebild, att han vunnit kännedom om hemligheten eller förebilden genom sådant meddelande, som beskrivs i 3 § IKL, och att han, då han mottog meddelandet, ägde kännedom om de förhållanden som gjorde meddelandet otillåtet. Men att jämställa den som i andra eller senare hand fått del av hemligheten eller förebilden med den som direkt av den anställde eller förtroendesvikaren fått meddelandet har enligt förarbetena inte ansetts vare sig riktigt eller av behovet påkallat. Det betonas dock att om man begagnar en annan endast som mellanhand för överförandet av meddelandet från den anställde eller förtroendesvikaren, kan man dömas till ansvar jämlikt 5 § IKL, om man använder sig av eller ger annan del av hemligheten eller förebilden. Även om nämnda fall inte är för handen — sägs det slutligen i förarbetena — men någon förlett den, för vilken hemligheten eller förebilden i första hand yppats, att ge honom del av hemligheten eller förebilden, kan förledaren dömas till ansvar för delaktighet i den andres brott mot paragrafen (1915 års betänkande s. 315 och 325).

De i rättsfallsöversikten refererade rättsfallen NJA 1939 s. 36 och NJA 1935 B 21 visar behovet av 5 § IKL. Utredningen anser därför att de möjligheter till ingripande, som 5 § IKL ger, i princip bör bibehållas.

Emellertid har i svaren på rundfrågan och under utredningens fortsatta undersökningar från många håll påpekats att möjligheterna till ingripande mot tredje man är för begränsade. Man har menat att varje tredje man, som vetat om att ett företag berövats en företagshemlighet, en teknisk förebild eller en teknisk föreskrift på otillbörligt sätt, borde vara förhindrad att använda hemligheten, förebilden eller föreskriften.

Utredningen anser en rimlig avvägning mellan intresset av skydd och intresset av handlingsfrihet vara att varje ondtroende tredje man, som använder eller vidarebefordrar företagshemlighet, teknisk förebild eller teknisk föreskrift, drabbas av ansvar och skadeståndsskyldighet. I ond tro lägger utredningen för det första att tredje man redan då han fick tillgång till hemligheten, förebilden eller föreskriften visste om att den var en annans. För det andra skall tredje man också vid tidpunkten för förvärvet ha känt till såvitt gäller hemlighet, att den berövats innehavaren på otillbörligt sätt eller genom anställds eller uppdragstagares missbruk, och såvitt gäller förebild eller föreskrift, att den blivit tillgänglig för andra genom att anställd eller annan, som anförtrotts den för utförande av arbete eller för affärsändamål, obehörigen använt den eller delgivit annan den. Den som i god tro fått tillgång till företagshemlighet, teknisk förebild eller teknisk före-

skrift och som kanske vidtagit förberedelser för dess utnyttjande bör däremot vara oförhindrad att göra detta, även om han senare skulle få reda på att någon berövats hemligheten, förebilden eller föreskriften genom brottslig handling.

Förslaget från tryckfrihetsrättslig synpunkt

Enligt 3 § första stycket i utredningens förslag får den som på otillbörligt sätt berett sig tillgång till företagshemlighet inte yppa denna. Och enligt andra stycket gäller samma förbud generellt för alla, som är anställda och uppdragstagare, såvitt gäller arbets- eller uppdragsgivarens företagshemligheter. 4 § första stycket stadgar att anställd eller annan, som anförtratts teknisk förebild eller teknisk föreskrift för utförande av arbete eller för affärsändamål, inte får delge annan denna. Förbuden utsträcks i 3 § tredje stycket och 4 § andra stycket till ondtröende tredje man. Överträdelse straffas.

Typiskt sett torde åtgärden att utan tillstånd delge annan företagshemlighet, teknisk förebild eller teknisk föreskrift ske i det fördolda. Otänkbart är dock inte att det sker genom att hemligheten, förebilden eller föreskriften offentliggöres i tryckt skrift. Fråga uppkommer då om ett sådant offentliggörande skall anses falla inom tryckfrihetsområdet och således inte vara straffbart med mindre TF:s brottskatalog kompletteras med stadganden motsvarande dem i 3 och 4 §§ eller om det skall anses falla utanför tryckfrihetsområdet och således kunna straffas oberoende av TF:s föreskrifter.

Frågan berördes av patentlagstiftningskommittén i dess förslag till lag mot illojal konkurrens. Enligt kommitténs uppfattning sträckte sig TF:s område mycket långt och omfattade bl. a. illojal reklam i tryckt skrift.¹ Till följd härav föreslog kommittén vissa ändringar i TF. Även ett obehörigt delgivande av yrkeshemlighet m. m. genom offentliggörande i tryckt skrift föll enligt kommittén inom tryckfrihetsområdet. I denna del föreslogs emellertid inte någon ändring i TF. Anledning härtill var dels att här ifrågavarande straffbelagda handlingar endast ytterst sällan förövades genom tryckt skrift, dels att, om i något undantagsfall en yrkeshemlighet e. dyl. offentliggjordes i tryck, ett tidigare yppande som kunde beivras merendels förelåg (1915 års betänkande s. 437).

Tryckfrihetssakkunniga, som förberedde nu gällande TF, berörde inte frågan om yrkeshemligheter och tekniska förebilder vid behandlingen av frågan om vad som är att hänföra till tryckfrihetsbrott. Däremot nämndes yrkeshemligheter i samband med reglerna om tryckta skrifers spridning. Enligt 6 kap. 1 § TF tillkommer rätt att sprida tryckta skrifter envar svensk medborgare. I anslutning härtill uttalade de sakkunniga att då det gällde tryckt skrift, vilken upphovsmannen eller den som eljest disponerade över skriften önskade hemlighålla, kunde i vissa fall ett olovligt spridande av

¹ Se härom närmare i avsnittet om tryckfriheten i kap. IV om vilseledande reklam m. m.

skriften innefatta trolöshet mot huvudman eller obehörigt yppande av yrkeshemlighet.

Tryckfrihetssakkunnigas uttalande synes utgå från att ett olovligt spridande av en skrift, som önskas hemlighållen, aldrig kan tjäna ett informativt eller åsiktsbildande syfte. Enligt utredningens mening torde det också vara sällsynt att den, som obehörigen yppar en företagshemlighet eller delger annan en anförtrödd teknisk förebild eller teknisk föreskrift genom offentliggörande i tryckt skrift, gör detta för att tillgodose intresset av upplysning eller nyhetsförmedling. Sådana förfaranden bör därför normalt anses falla utanför tryckfrihetsområdet och kunna prövas i vanlig processuell ordning. Skulle emellertid ett dylikt offentliggörande klart ingå som ett led i information eller opinionsbildning bör det anses höra till tryckfrihetsområdet och följaktligen inte föranleda ansvar.

Specialmotivering till 3 §

Förslaget till stadgandet om företagshemlighet är uppdelat på tre stycken.

Enligt första stycket får ingen på otillbörligt sätt bereda sig tillgång till företagshemlighet. Detta förfarande betecknas i rubriken som företagsspioneri. Vidare stadgas att om någon på otillbörligt sätt berett sig tillgång till företagshemlighet får han inte använda eller yppa denna. Båda förbuden gäller envar. Det är således utan betydelse om vederbörande är anställd hos den till företagshemligheten berättigade, om han fullgör uppdrag åt denne, om han är en med företagshemlighetens innehavare samarbetande företagare eller om han inte står i någon som helst relation till denne.

Andra stycket gäller alla som är anställda hos eller fullgör uppdrag för näringsidkare. Det stadgas att de inte får obehörigen använda eller yppa företagshemlighet, till vilken de fått tillgång på annat sätt än i första stycket sägs.

Tredje stycket berör tredje man, som fått tillgång till företagshemlighet genom att annan, honom veterligen, handlat i strid mot första eller andra stycket. Sådant tredje man får inte obehörigen använda eller yppa företagshemligheten.

Om påföljder för överträdelse av 3 §, om talerätt och om åtgärder för att förhindra fortsatt överträdelse, se kap. IX med specialmotivering till 7—10 §§ och 12 §.

För försök till företagsspioneri dömes enligt 7 § andra stycket till ansvar enligt vad i 23 kap. BrB stadgas.

Såsom framhållits i den allmänna motiveringen är *företagshemlighet* en immateriell kunskap. Företagshemligheten torde oftast vara materialiserad i något föremål eller i någon handling, men den kan också finnas enbart som minne eller erfarenhet hos människor.

Företagshemligheter är av teknisk eller kommersiell karaktär.

De *tekniska* företagshemligheterna kan ha samband med alla former av produktion men även med lagring, transporter m. m. Det kan gälla kunskap om maskiner, konstruktioner, materialsammansättningar o. dyl., kännedom om förfaranden, såsom gången av en tillverkning, under vilken temperatur ett visst moment skall utföras, tillåtna toleranser, lämplig ytbehandling, erforderliga provningar o. dyl., eller vetskap om olika försök att lösa ett visst tekniskt problem, om resultatet av olika experiment, om att en viss typ av kemiska ämnen eller substanser undersöks i relation till vissa typer av sjukdomar etc. Företagshemligheterna kan ha karaktären av uppfinningar, patenterbara eller inte, eller kännedom om hur dessa bäst skall utnyttjas. De kan vara materialiserade i form av maskiner, ritningar, formler, modeller, verktyg, tabeller, behandlingsspecifikationer, toleransangivelser, monteringsföreskrifter, provningsnormer, beskrivningar, redogörelser eller på annat sätt.

De *kommersiella* företagshemligheterna är av de mest skiftande slag. Oftast torde de ha samband med produktion och marknadsföring, såsom kännedom om inköpskällor och avnämare, planer för produktutveckling, prispolitik, tillämpade rabatter etc. Karakteristiskt för många av de kommersiella företagshemligheterna är att de har mer eller mindre varaktig betydelse för företagets konkurrensförmåga. Men även mer tillfälliga kunskaper, såsom kännedom om förberedelser att lansera en ny artikel eller en planerad prissänkning, anses kunna vara företagshemligheter. Materialiserade kan de vara i avtal, promemorior, memoranda, rapporter, leverantörsförteckningar, kundlistor, instruktioner o. dyl.

Uppdelningen mellan tekniska och kommersiella företagshemligheter är emellertid många gånger mycket svår att göra. En viss kunskap kan bestå av både tekniska och kommersiella moment, som inte går att särskilja från varandra. Som exempel härpå kan nämnas företagets produktutveckling, som det i vissa skeden i regel torde vara vitalt att hålla hemlig. Denna utveckling påverkas av kommersiella och tekniska faktorer, vilka griper in i varandra på ett sätt som gör en strikt uppdelning verklighetsfrämmande. Ett och samma förhållande kan också ses ur olika synvinklar. En kunskap på det kommersiella planet, exempelvis att en viss kemikalie regelbundet inköps av ett företag, kan innebära en viktig teknisk upplysning för en fackkunnig person.

För att en företagshemlighet i förslagets mening skall föreligga fordras att det är fråga om en kunskap, vars hemlighållande är av inte oväsentlig betydelse för företagets näringsverksamhet. Kravet på hemlighållande är emellertid ett relativt kriterium. Karaktären av hemlighet kan inte anses gå förlorad genom att ett efter förhållandena avpassat, större eller mindre antal personer inom företaget delges kunskapen. Men inte heller vid företaget skall gränsen dras. Kunskapen kan exempelvis delges företagets kreditgivare eller samarbetande företag utan att för den skull mista sin karaktär

av hemlighet. Två företag, vilka självständigt vart för sig utvecklade en metod eller i övrigt förvärvat en kunskap som är ägnad att ge ettvarvt av dem ett övertag över andra näringsidkare, skall kunna göra anspråk på att kunskapen betraktas som företagshemlighet. Det ställs inte krav på att hemligheter, som består av förfaranden, materialsammansättningar o. dyl., skall vara omöjliga för utomstående att analysera fram, men de bör vara svårforcerade. Att sammansättningen av en viss kemisk substans kan utrönas genom en omfattande och dyrbar analys bör exempelvis inte hindra att substansen betraktas som företagshemlighet gentemot företag som inte gjort denna analys. Vidare kan — för att nämna ett annat exempel — en kvalificerad marknadsanalys eller specialbearbetning, som grundar sig på allmänt tillgängligt material, anses som företagshemlighet även om den skulle kunna utföras av annan.

Något ytterligare krav på kunskapen utöver hemlighetsrekvisitet, sett i relation till företagets näringsverksamhet, uppställs inte. En företagshemlighet torde ofta vara resultatet av ett utvecklingsarbete, som kostat tid, pengar och arbete, men även kunskaper, som inte fordrat utvecklingsarbete, kan vara företagshemligheter. Däremot ligger i kravet på att hemlighållandet skall vara av inte oväsentlig betydelse för företagets näringsverksamhet att det skall röra sig om något, som har ekonomiskt värde i den berättigades hand. Bevisning om utvecklingskostnader kan ha betydelse. Ty kan man visa att ett visst utvecklingsarbete kostat tid, pengar och arbete, är det ett stöd för ett påstående om att det är av väsentlig betydelse för näringsverksamheten att resultatet hemlighålls.

I olikhet mot vad förhållandet är i fråga om patent skall här egenskap av nyhet inte tillerkännas självständig betydelse. Men de flesta här avsedda kunskaperna torde kunna betecknas som nya, det torde med andra ord vara just nyheten som gör hemlighållandet betydelsefullt för företaget. Utredning om företeelsens nyhet torde därför ofta vara av betydelse för att man skall kunna bedöma vikten av att den hålls hemlig.

Utanför företagshemlighetsbegreppet faller människors personliga *skicklighet*, personliga *kunskaper* och personliga *erfarenhet*. Att den enskilde i princip fritt skall kunna använda sin yrkesskicklighet, sina yrkeskunskaper och sin yrkeserfarenhet utan att hindras av företags anspråk på skydd för företagshemligheter är av vikt både för den enskilde själv och för samhället. Var gränsen går mellan sådant, som den enskilde sålunda får göra bruk av i varje anställning eller yrkesutövning, och sådant, för vilket företagen bör få åtnjuta speciellt hemlighetsskydd, är svårt att precisera i generella termer. Men ett par exempel torde kunna skisseras. Om resultatet av ett visst tekniskt förfarande är beroende främst av utfärdade instruktioner så att det med framgång kan utföras av i stort sett varje person, som normalt sysslar med den sortens arbete och som noggrant följer instruktionerna, bör dessa i förekommande fall kunna betraktas som företagshemlighet. Men om ett fram-

gångsrikt resultat är avhängigt mer av personlig skicklighet eller erfarenhet hos den som tillämpar förfarandet, bör instruktioner inte kunna skyddas. På det kommersiella planet torde den kännedom om marknadsförhållanden, som förvärfvas av anställda i inköps- och försäljningsverksamhet, i regel böra betraktas som yrkeserfarenhet, bransch-kännedom, som inte får monopoliseras som hemlighet av deras arbetsgivare. Som en ledande princip bör gälla att sådant som rimligtvis kan klassificeras som personlig skicklighet, erfarenhet och kunskap skall få fritt nyttjas av den som besitter det.

Att bereda sig tillgång till företagshemlighet *på otillbörligt sätt* innebär att man begagnar moraliskt förkastliga metoder för att nå sitt mål. Först och främst kan det ske genom att man förfar på ett sätt som är straffbelagt i något avseende. Här kommer främst förmögenhetsbrotten stöld, bedrägeri och förskingring samt flera andra av de i 8—10 kap. BrB beskrivna brotten i blickfältet. Det har, som tidigare redovisats, sagts att det är stöld att sätta sig i besittning av en värdefull yrkeshemlighet genom att tillgripa en genomslagskopia av en ritning, trots att själva kopian måhända inte har något värde för ägaren. Enligt utredningens förslag skall emellertid det hela ses som en handling, innefattande två brott, nämligen dels stöld eller snatteri av kopian, dels tillgrepp av företagshemlighet. Samma betraktelsesätt kan användas på andra sätt att bereda sig tillgång till företagshemlighet genom förmögenhetsbrott. Själva tillgreppet eller tillägnandet av det föremål, som materialiserar företagshemligheten, bedöms enligt tillämpligt lagrum, medan anskaffandet av den kunskap, som utgör företagshemlighet, bedöms enligt 3 § första stycket.

Ett annat brott varigenom man kan bereda sig tillgång till företagshemlighet är olaga intrång jämlikt 4 kap. 6 § andra stycket BrB. För olaga intrång dömes den som intränger eller kvarstannar obehörigen i kontor, fabrik, annan byggnad eller fartyg, på upplagsplats eller på annat dylikt ställe. Den som medelst olaga intrång förvärvat kännedom om företagshemlighet har skaffat sig tillgång till denna på otillbörligt sätt.

Ytterligare exempel på lagstridiga handlingar, som kan bli aktuella i detta sammanhang, är de i 4 kap. 8 och 9 §§ BrB beskrivna gärningarna. Om någon olovligen bereder sig tillgång till meddelande, vilket såsom postförsändelse eller såsom telefonsamtal, telegram eller annat telemeddelande är under befordran genom allmän befodringsanstalt, dömes han enligt 4 kap. 8 § BrB för brytande av post- eller telehemlighet. Den som, utan att fall är för handen som i 8 § sägs, olovligen bryter brev eller telegram eller eljest bereder sig tillgång till något som förvaras förseglat eller under lås eller eljest tillslutet, dömes enligt 4 kap. 9 § BrB för intrång i förvar. Bereder man sig genom någon sådan handling tillgång till företagshemlighet, blir utredningens förslag tillämpligt.

Andra otillbörliga sätt att bereda sig tillgång till företagshemligheter är att begagna förfaranden, som inte är kriminaliserade men till sin allmänna

karaktär jämförbara med lagstridiga handlingar. Enkla och typiska exempel på sådana handlingar är, att man på besök hos andra öppnar lådor och skåp och söker igenom dem, att man läser andras brev, att man fotograferar genom fönstret till andras hus och att man avlyssnar telefonsamtal i en sidosapparat. Ett annat exempel på en otillbörlig metod att skaffa sig företags-hemligheter är att en högkvalificerad expert på vissa tillverkningsmetoder under förebärande att han är en vanlig turist går med på en visning av en fabrik och därigenom bereder sig tillfälle att utforska hemliga anordningar.

Genom den moderna tele- och fototeknikens utveckling har möjlig-heterna att på otillbörligt sätt förvärva kännedom om företags-hemligheter ökat markant. Mikrofoner, bandspelare och kameror kan tillverkas i så litet format, att de lätt kan döljas i kläder och andra bruksföremål, men trots de små formaten kan avlyssning och fotografering ske på långa av-stånd. Den som obehörigen bereder sig tillgång till en företags-hemlighet genom att fotografera ritning med hjälp av en mikrokamera jämställs alltså i förslaget med den som tillgriper hemligheten genom stöld av ritningen. Att obehörigen med hjälp av dolda mikrofoner avlyssna exempelvis ett styrelse-sammanträde och därigenom komma i besittning av en företags-hemlighet är enligt förslaget lika straffbart som att uppnå samma resultat genom att olov-ligen tillgripa en hemlig skriftlig rapport.

Att bereda sig tillgång till en på många hånder uppsplittrad företags-hemlighet genom att systematiskt fråga ut anställda i en närings-verksamhet och därefter foga ihop erhållna informationer till en samlad kunskap kan efter omständigheterna vara att handla på otillbörligt sätt i förslagets mening. Skaffar man sig däremot tillgång till kunskapen genom att utfråga en nyckelperson i det andra företaget, som har den erforderliga överblicken, bör förfarandet i stället bedömas som anstiftan till brott mot 3 § andra stycket. Begagnar man i de nämnda fallen mutor för att få de önskade informationerna kan förfarandet tillika vara ett brott mot 5 § första stycket i utred-ningens förslag.

Däremot handlar man inte i och för sig på otillbörligt sätt i förslagets mening om man bereder sig tillgång till företags-hemligheter genom att an-ställa personer, som tidigare varit anställda i andra företag och där fått kännedom om hemligheter. I sådana sammanhang kan emellertid brottsliga förfaranden förekomma, såsom att man anstiftar en person att själv skaffa sig en hemlig kunskap på otillbörligt sätt innan han slutar den tidigare an-ställningen eller att man tubbar en person att röja en hemlighet medan han ännu är bunden av det tidigare anställningsavtalet.

Enligt första stycket får den som på otillbörligt sätt berett sig tillgång till företags-hemlighet inte *använda eller yppa denna*. Använda omfattar alla sätt att begagna eller tillgodogöra sig företags-hemligheter i egen verksamhet eller som anställd hos annan. Yppa hemligheten kan man göra skriftligen eller muntligen eller också genom att bereda annan tillfälle att själv studera den. Ett yppande kan också tänkas ske genom att företags-hemligheten pub-

liceras i tryckt skrift. (Jfr avsnittet om förslaget från tryckfrihetsrättslig synpunkt ovan.) I andra och tredje styckena sägs att användandet eller yppandet skall vara obehörigt. I första stycket har obehörighetsrekvisitet ansetts obehörligt, eftersom den som skaffat sig tillgång till företagshemlighet på otillbörligt sätt knappast någonsin kan antas vara behörig att använda den eller yppa den. Skulle så i undantagsfall vara fallet, skall emellertid första stycket inte vara tillämpligt.

Att i första stycket uttryckligen stadgas att en företagshemlighet, vartill kännedom förvärvats på otillbörligt sätt, inte får användas eller yppas, innebär bl. a. att ingen fritt kan nyttiggöra en sådan hemlighet, även om straffet för själva anskaffandet preskriberats. Situationen är sannolikt föga praktisk, eftersom många, kanske de flesta hemligheter torde förlora allt intresse eller i varje fall minska väsentligt i betydelse på två år. Det har dock ansetts riktigt att inte öppna en möjlighet att kringgå lagen här.

En förutsättning för att ansvar för användande eller yppande skall inträda är givetvis, att den kunskap varom fråga är fortfarande har karaktären av hemlighet.

Andra stycket gäller var och en som *är anställd hos eller fullgör uppdrag för näringsidkare*.

Vad som avses med att någon är anställd hos eller fullgör uppdrag för näringsidkare har utvecklats i specialkommentaren till 2 §, till vilken hänvisas.

Om konsulter och andra uppdragstagare utför uppdraget med hjälp av egna anställda, kan dessa på helt korrekt sätt få inblick i uppdragsgivarens företagshemligheter. Använder eller yppar uppdragstagarnas anställda obehörigen dessa företagshemligheter, blir de självständigt ansvariga enligt regeln i 3 § andra stycket.

Av andra styckets formulering framgår att straffbarheten enligt detta stycke — som alltså omfattar alla företagshemligheter, om vilka kännedom inte förvärvats på otillbörligt sätt — är begränsad till *anställnings- resp. uppdragstiden*.

Med anställningstid avses den tid under vilken anställningsförhållandet rättsligen består. Däri inkluderas alltså uppsägningstid, som avtalats eller eljest får anses gälla. Skulle emellertid arbetsgivaren bryta anställningsavtalet obefogat, dvs. avskeda den anställda utan att något förhållande på dennes sida gett anledning därtill och utan att ge honom ersättning för uppsägningstid, kan den anställda inte straffas om han använder eller yppar företagshemligheten sedan anställningen faktiskt avslutats.

Med uppdragstid förstås tiden från det uppdraget börjat utföras tills det faktiskt avslutats. Någon motsvarighet till uppsägningstid torde normalt inte förekomma i fråga om uppdrag. Men skulle så vara fallet är uppdragstagaren bunden till dess uppdragsförhållandet rättsligen upphört.

Huruvida vederbörande fått kännedom om företagshemligheten under anställnings- resp. uppdragstiden eller eventuellt dessförinnan är utan betydelse.

Såsom i den allmänna motiveringen utvecklats kan företagare träffa avtal med anställda och uppdragstagare om bundenhet för tiden efter anställnings- resp. uppdragstiden genom diskretions- eller konkurrensklausul.

Andra och tredje styckena är tillämpliga endast om användandet eller delgivandet av företagshemligheten sker *obehörigen*. Varje uttryckligt eller tyst medgivande från arbets- eller uppdragsgivarens sida utesluter alltså tillämpning av styckena. Tystnadsplikten kan emellertid även brytas av vittnesplikt. Vål stadgas i 36 kap. 6 § RB att vittne må vägra att avgiva ut-saga, varigenom yrkeshemlighet skulle uppenbaras. Det tilläggs emellertid att så ej skall vara fallet om synnerlig anledning förekommer att vittne höres därom. Ett annat exempel på att tystnadsplikten kan brytas ges i 4 § lagen om uppgiftsskyldighet rörande pris- och konkurrensförhållanden. Uppgiftsskyldighet enligt sagda lag innebär nämligen inte skyldighet att röja yrkeshemlighet av teknisk natur men väl plikt att avslöja prisförhållanden och andra hemligheter av kommersiell natur. Även då det gäller att avslöja brott eller när andra tvingande skäl föreligger, kan anställd och uppdragstagare vara skyldig eller åtminstone befogad att röja företagshemlighet. I sådana fall är obehörighetsrequisitet inte uppfyllt.

Bereder sig anställd eller uppdragstagare på otillbörligt sätt tillgång till en arbets- eller uppdragsgivarens företagshemlighet, faller hans förfarande som nämnts under förslagetets första stycke, liksom om han använder eller ger annan del av en sålunda förvärvad kunskap.

I andra stycket avses *alla andra fall, då en anställd eller en uppdragstagare får tillgång till företagshemlighet*. Det kan ske genom att den direkt anför-tros vederbörande i hans yrkesutövning eller eljest kommer honom till del i samband med arbetet. Det kan ske genom en tillfällighet vid samtal med arbetskamrater eller på annat sätt. Tänkbart är också att vederbörande bereder sig tillgång till företagshemlighet, som han inte har med att göra, men att det sker på ett sätt som inte kan sägas vara otillbörligt. För alla dessa fall gäller att han har att iaktta tystnadsplikten mot arbets- eller uppdragsgivaren. Han får alltså inte obehörigen använda eller yppa företagshemlighet som han fått tillgång till, oavsett på vad sätt detta skett.

Som regel torde böra fordras att det företag, som gör anspråk på att kännedomen om en företeelse skall bevaras inom en viss större eller mindre krets av personer och inte göras bekant där utanför, *givit uttryck för denna sin önskan* på ett eller annat sätt gentemot den som fått tillgång till företeelsen. Vad som bör fordras i fråga om sådan manifestation får avgöras från fall till fall och är beroende av dels förhållandets egen karaktär, dels kvalifikationerna hos dem som erhåller kännedom om det. En kunskaps speciella värde för ett företag kan vara så uppenbar för dem, som kommer

i kontakt därmed, att ett särskilt uttryck för företagets vilja att skydda den får anses överflödigt. Men om de som får del av kunskapen saknar förutsättningar att förstå betydelsen av att saken hålls hemlig, krävs att företagsledningen i en eller annan form klargör detta för dem. Ju mindre uppenbart värdet av diskretion i fråga om ett visst förhållande är i och för sig, desto större anspråk torde böra ställas på uttrycken för önskan om hemlighållande. Ett enkelt sätt att manifesteras detta i fråga om företeelser, som är materialiserade i ritningar, beskrivningar o. dyl., är att stämpla ordet »hemlig» på dessa. Utvecklas hemligstämplandet till slentrian kan det emellertid mista sin verkan som manifestation.

För tillämpning av tredje stycket fordras att en överträdelse av första eller andra stycket skett, dvs. att någon berett sig tillgång till företagshemlighet på otillbörligt sätt eller att någon, som i ett anställnings- eller uppdragsförhållande har tillgång till företagshemlighet, obehörigen använt eller givit annan del av den under arbets- eller uppdragstiden. Mot *tredje man* som med kännedom härom obehörigen använder eller ger annan del av denna företagshemlighet kan ingripande ske med stöd av tredje stycket. En ytterligare förutsättning för ingripande mot tredje man är emellertid att han hade kännedom om överträdelsen redan när han fick tillgång till företagshemligheten. Var han däremot vid denna tidpunkt i god tro är han berättigad använda företagshemligheten, även om han sedermera får reda på att fall förelegat, som i första eller andra stycket sägs. Detta innebär att de kostnader han i god tro eventuellt ådragit sig för att exploatera hemligheten inte blir onyttiga för honom.

Har hemligheten delgivits tredje man av person, som i andra stycket sägs, fordras inte för tredje mans ansvar, att han använder eller ger annan del av hemligheten inom den tid, under vilken den anställde eller uppdragstagaren kan straffas för brott mot tystnadsplikten. En förutsättning för ansvar är däremot naturligtvis att den kunskap det gäller fortfarande har karaktären av företagshemlighet. Denna karaktär torde inte sällan tämligen snabbt förflyktigas så snart kunskapen blivit känd för andra än de närmast berörda.

Specialmotivering till 4 §

Enligt första stycket får anställd eller annan, som anförtrotts teknisk förebild eller teknisk föreskrift för utförande av arbete eller för affärsändamål, inte obehörigen använda eller ge annan del av denna. Förbudet gäller var och en, som fått det angivna förtroendet, och är inte tidsbegränsat.

Andra stycket stadgar förbud för den, som fått tillgång till teknisk förebild eller teknisk föreskrift genom att annan handlat i strid med första stycket, att obehörigen använda eller ge annan del av denna. En förutsättning för förbudet är att vederbörande redan då han fick tillgång till förebilden eller föreskriften kände till överträdelsen av första stycket.

Om påföljder för överträdelse av 4 § m. m., se kap. IX med specialmotivering till 7—10 §§ och 12 §.

Med *teknisk förebild* avses föremål efter eller med ledning av vilket varor kan tillverkas eller tekniska yrkesprestationer utföras. Exempel på tekniska förebilder är de föremål, som räknas upp i gällande lag, ritning, mönster, modell och schablon. Prover av olika slag, exempelvis på textila mönster eller på nya förpackningar, som kommer till användning i kommersiella sammanhang, är också tekniska förebilder. *Teknisk föreskrift* är ett recept, en beskrivning eller liknande, som har samma ändamål. I specialmotiveringen till 3 § har angivits exempel på föremål, i vilka tekniska företagshemligheter kan vara materialiserade. Mycket av detta är, oavsett om det materialiserar en företagshemlighet eller inte, teknisk förebild eller teknisk föreskrift. I rättspraxis har en färdigtillverkad maskin, som använts vid tillverkning av ytterligare identiska maskiner, ansetts som teknisk förebild.

Av förebilden eller föreskriften krävs inte några särskilda kvaliteter utöver den att den skall kunna användas såsom underlag för tillverkning av varor eller för utförande av tekniska yrkesprestationer.

Verktyg, som understundom inom den mekaniska verkstadsindustrien överlämnas till underleverantör för tillverkning av maskindelar eller annat för beställarens räkning, är inte tekniska förebilder utan närmast att jämföras med arbetsredskap. Missbruk av verktyg kan alltså inte påtalas enligt detta stadgande. Program för datamaskiner, dvs. kedjor av instruktioner för dirigering av maskinens automatiska arbetsgång, föreligger i konkret form såsom paket av hålkort, håltremsor, magnetband eller schematiska ritningar, försedda med streck, siffror, bokstäver och andra symboler. Tekniska förebilder eller tekniska föreskrifter i förslagens mening är de emellertid inte utan snarare arbetsredskap. Företagshemligheter kan de däremot vara.

För tillämpning av 4 § fordras att den tekniska förebilden eller den tekniska föreskriften *anförtrots* anställd eller annan för utförande av arbete eller för affärsändamål. I *anförtrots* ligger att förebilden eller föreskriften överlämnats till vederbörande under den uttryckliga eller underförstådda förutsättningen att den inte skall användas i någon annans än överlämnarens intresse eller dens intresse, vilken överlämnaren företräder. Vid tillverkning av varor eller delar genom underleverantörer torde normalt förebilder och föreskrifter *anförtros* under sådana omständigheter. Resande, som överlämnar prover på nya textila mönsterkollektioner till kunder, kan *anförtro* proverna för affärsändamål. Ett textilföretag, som efter anvisningar av en konfektionär tillverkar ett prov på en textilvara, får anses *anförtro* beställaren det färdiga provet för affärsändamål.

Tekniska förebilder och tekniska föreskrifter kan *anförtros* andra i samband med att anbud infordras eller avges. Vid underhandlingar mellan företag om upptagande av samarbete kan tekniska förebilder och tekniska föreskrifter från båda håll *anförtros* den andra parten. Även om underhand-

lingarna inte leder till resultat, är envar av parterna, såvitt inte annat överenskommits, förhindrad att i eget intresse använda den andres förebilder och föreskrifter. I know-how som anförtros samarbetande företag torde normalt ingå tekniska förebilder och tekniska föreskrifter.

4 § äger inte tillämpning annat än om mottagaren obehörigen använder eller ger annan del av förebilden eller föreskriften. I fråga om innebörden härav hänvisas till specialmotiveringen till 3 §.

Att använda eller ge annan del av en anförtrodd teknisk förebild eller teknisk föreskrift, som publicerats i allmänt tillgängligt tryck eller eljest är allmänt bekant, kan inte anses vara att handla obehörigt i andra styckets mening. Däremot kan det naturligtvis innebära ett brott mot mellan parterna träffat avtal. Ett fritt disponerande av förebilden eller föreskriften är givetvis heller inte tillåtet, om den är särskilt skyddad genom patent eller på annat sätt.

4 § andra stycket, som handlar om *tredje mans ansvar*, motsvarar 3 § tredje stycket. En förutsättning för tillämpning av 4 § andra stycket är således att överträdelse skett av paragrafens första stycke, dvs. att någon som anförtrotts en teknisk förebild eller en teknisk föreskrift obehörigen använt eller givit annan del av denna. Ytterligare en förutsättning är att tredje man redan då han fick tillgång till förebilden eller föreskriften kände till att sådan överträdelse skett. Kände han däremot inte till detta vid mottagandet kan en senare inträdande ond tro inte betaga honom rätten att använda förebilden eller föreskriften.

De övriga nordiska förslagen

Samtliga nordiska förslag har samma principiella uppbyggnad och i det väsentliga samma innehåll. 3 § handlar således om företagsspioneri och missbruk av företagshemlighet. 4 § handlar om missbruk av tekniska förebilder och tekniska föreskrifter. Det finska förslaget är helt likalydande med det svenska, medan de danska och norska förslagen skiljer sig från detta i flera detaljer.

Enligt 3 § första stycket i det danska förslaget är det förbjudet »på utilbørlig måde at skaffe sig eller forsøge at skaffe sig kendskab til eller rådighed over erhvervshemmeligheder». I det norska förslaget uttrycks saken därmed att »ingen må på utilbørlig måte skaffe seg eller søke å skaffe seg kunnskap om eller rådighet over en bedriftshemmelighet».

3 § andra stycket i de danska och norska förslagen stadgar att den som i ett tjänste- eller samarbetsförhållande har fått kunnskap om eller rådighet över en företagshemlighet inte får »ubeføjet» resp. »uberettiget» använda eller vidarebringa hemligheten. Det danska förslaget omfattar dessutom den som »under udførelsen af et hverv» och det norska den som »i et tillitsverv eller i anledning av oppdrag» fått reda på hemlighet.

Även de danska och norska förslagen har i 3 § tredje stycket bestämmelser

om tredje mans missbruk. Enligt det danska förslaget gäller förbudet endast sådan tredje man som är »erhvervsdrivende». Denne får inte »benytte en erhvervshemmelighed, såfremt han ved, att kendskab til eller rådighed over den er opnået ved overtrædelse af bestemmelserne i stk. 1 eller stk. 2». Enligt det norska förslaget får ingen oberättigat utnyttja en företagshemlighet när kunskap om eller rådighet över den »er oppnådd gjennom overtredelse av bestemmelsene i 1. eller 2. ledd».

Stadgandena om tekniska förebilder och tekniska föreskrifter har ungefär samma utformning i de danska och norska förslagen som i de finska och svenska. Det danska förslaget talar sålunda om den som »i anledning af udførelsen af arbejde eller i øvrigt i erhvervsøjemed er blevet betroet tekniske tegninger, beskrivelser, opskrifter, modeller eller lignende» och det norska om den som »for å utføre et arbeid eller i forretningsøyemed er blitt betrodd tekniske tegninger, beskrivelser, oppskrifter, modeller e. l.». I dessa situationer får man enligt de danska och norska förslagen inte obehörigen använda det anförtrodda eller sätta andra i stånd härtill.

Om tredje mans missbruk av teknisk förebild eller teknisk föreskrift sägs i de danska och norska förslagen att bestämmelsen i 3 § tredje stycket får motsvarande användning.

Den danska lagens sanktion vid överträdelse är straff. Enligt allmänna regler kan också förbud meddelas. Den norska lagen har bestämmelser om både förbud och straff. Det finska förslaget har uttryckliga regler om förbud och straff.

Förbudet för anställda, samarbetande företagare och uppdragstagare att enligt 3 § andra stycket använda eller vidarebringa företagshemlighet gäller enligt de danska och norska förslagen även för tiden efter anställnings-, samarbets- eller uppdragstiden. Straffansvaret upphör dock sedan ett år förflutit efter det sagda tid löpt ut. Ytterligare begränsningar i straffansvaret stadgas i det norska förslaget för den som varit anställd som »laerling, kontorist, arbeider eller liknende underordnet stilling». Det finska förslaget däremot är även i här berört avseende lika med det svenska.

Enligt de svenska och finska förslagen finns alltså inget i lag föreskrivet straffansvar för anställda och uppdragstagare, som efter anställningstiden obehörigen använder eller yppar företagshemlighet, till vilken de förvärvat kännedom på korrekt sätt, medan de danska och norska förslagen stadgar straffansvar i denna situation intill ett år efter anställnings- eller uppdragstidens slut. När man bedömer den reella betydelsen av denna skiljaktighet bör man beakta att även enligt de svenska och finska förslagen gäller till tiden obegränsat straffansvar för anställd och uppdragstagare, som använder eller yppar företagshemlighet, till vilken han fått tillgång på otillbörligt sätt. Vidare kan man räkna med att de allra flesta viktiga företagshemligheterna är materialiserade i anförtrodda tekniska förebilder eller tekniska föreskrifter; för obehörigt användande eller yppande av sådana är också

straffansvaret obegränsat till tiden. Av vikt är också att det finns möjlighet att i mån av behov genom konkurrens- eller diskretionsklausuler skapa betydligt klarare sekretesskydd än det som den schematiska dansk-norska lagregeln ger. I sak är därför enligt utredningens mening betydelsen av den angivna skillnaden mellan å ena sidan de svenska och finska förslagen och å andra sidan de danska och norska förslagen ganska ringa.

KAPITEL VI

BESTICKNING I NÄRINGSVERKSAMHET M. M.

Gällande svensk rätt

IKL

Lagbestämmelser om bestickning av i näringsverksamhet och viss annan verksamhet anställda samt dessas tagande av muta finns i 6—8 §§ IKL, vilka lyder.

6 §. Den som lämnar, utlovar eller erbjuder gåva eller annan förmån till någon i näringsverksamhet eller eljest vid företag av ekonomisk art eller vid verk, inrättning eller stiftelse anställd person för att därigenom muta denne att vid avtal om inköp av varor eller utförande av arbete eller tagande av försäkring för dens räkning, hos vilken han är anställd, åt någon skaffa företråde framför annan eller att underlåta framställa anmärkning i fråga om fullgörande av sådant avtal, straffes med dagsböter eller med fängelse i högst ett år; ersätte ock uppkommen skada.

7 §. I näringsverksamhet eller eljest vid företag av ekonomisk art eller vid verk, inrättning eller stiftelse anställd person, som tager, låter åt sig utlova eller begär gåva eller annan förmån för att därigenom låta muta sig att vid avtal om inköp av varor eller utförande av arbete eller tagande av försäkring för dens räkning, hos vilken han är anställd, åt någon skaffa företråde framför annan eller att underlåta framställa anmärkning i fråga om fullgörande av sådant avtal, varde straffad på sätt i 6 § sägs ävensom förpliktad att ersätta uppkommen skada.

Emottagen muta eller dess värde tillfaller kronan.

8 §. Vad i 6 och 7 §§ stadgats skall icke äga tillämpning, om gärningen är straffbar enligt 25 kap. strafflagen.

Dessa tre paragrafer står under rubriken »Bestickning». Förarbetenas terminologi är aktiv bestickning för 6 § och passiv bestickning för 7 §.

I själva begreppet muta ligger — säger patentlagstiftningskommittén — en avsikt att den mutade skall göra sig skyldig till någon otillbörlig handling för främjandet av den mutandes eller tredje mans intressen. Dricks- pengar, smärre tillfällighetsskänker och dylikt har i allmänhet inte karaktären av muta (1915 års betänkande s. 354). Drickspengarna faller utanför stadgandena även av det skälet att de i regel är otjänliga för att uppnå det åsyftade resultatet, nämligen att vid vissa avtal skaffa någon företråde eller underlåta framställa anmärkning i fråga om fullgörande av sådant avtal (1915 års betänkande s. 355).

Med lagen kan ej ingripas mot sådan gåva eller annan förmån som är

avsedd som erkänsla för en redan vidtagen åtgärd. Patentlagstiftningskommittén påpekar dock att en gåva, som till formen är en belöning, kan vara avsedd att förmå den anställde till en framtida handling av beskaffenhet, som nämns i stadgandena; i så fall är dessa tillämpliga (1915 års betänkande s. 358).

Ansvar stadgas ej blott för givande och tagande av muta utan också för erbjudande, utlovande eller fordrande därav. Den brottsliga avsikten måste emellertid vara för handen redan då förmånen erbjudes, utlovas eller begäres (1915 års betänkande s. 357).

Den som förmånen lämnas, utlovas eller erbjudes till resp. den som tager, låter åt sig utlova eller begär förmånen är någon i näringsverksamhet eller eljest vid företag av ekonomisk art eller vid verk, inrättning eller stiftelse anställd person. »Eljest vid företag av ekonomisk art» är tillagt för att få med sådana fall som t. ex. att någon, vilken inte driver byggnadsverksamhet såsom näring, låter för egen räkning och utan anlitan av någon byggmästare såsom mellanhand uppföra en byggnad, eller att ägare av en till uthyrning avsedd fastighet har för fastighetens skötsel i ena eller andra hänseendet hos sig anställd t. ex. en vice värd eller en maskinist. Med anställd vid verk, inrättning eller stiftelse syftas på exempelvis maskinister eller andra anställda vid offentliga byggnader, vid akademier, skolor, sjuk- och fattigvårdsinrättningar, andra fromma stiftelser m. m., i den mån inte de allmänna stadgandena för tjänstemän är tillämpliga på dem (1915 års betänkande s. 522).¹

Förfarandet är kriminaliserat endast om syftet med gärningen är att den anställda vid avtal om inköp av varor eller utförande av arbete eller tagande av försäkring för principalens räkning skall skaffa någon företrädare framför annan eller underlåta framställa anmärkning i fråga om fullgörandet av sådant avtal. Är syftet med bestickningen ett annat, t. ex. att den mutade skall förorda bestickaren till erhållande av anställning hos den förres principal eller att skaffa bestickaren ett lån i den bankinrättning, där den mutade innehar anställning, kan lagen inte vinna tillämpning. Detsamma gäller även för den händelse, att visserligen fråga är om inköp av varor eller om utförande av arbete, men den mutade är anställd hos leverantören och den handling, vartill han skall göra sig skyldig, är att skaffa den mutade ifrågakomna varor eller arbete till särskilt billigt pris e. dyl.; bestickning av en hos leverantören anställd person kan alltså ej åtkommas med stöd av IKL (1915 års betänkande s. 365).²

¹ Kommitténs majoritet hade föreslagit att 6 och 7 §§ IKL skulle gälla även rent privata tjänare, se betänkandet, s. 364. Departementschefen följde emellertid minoriteten, vars förslag i denna del sedermera blev lag, se prop. 1919: 269, s. 32.

² »Tagande av försäkring» fanns ej med i kommittéförslaget men tillades av första lagutskottet, som för övrigt ifrågasatte om inte straffbudet borde omfatta över huvud taget varje affärsuppgörelse, se L¹U 1919: 30 s. 5.

Principalens vetskap om eller samtycke till att den anställde tar mutor befriar ej denne eller bestickaren från ansvar (1915 års betänkande s. 361).

Påföljd för överträdelse av paragraferna är straff, dagsböter eller fängelse i högst ett år. Brott mot paragrafen medför skyldighet att ersätta uppkommen skada.

Bestickning och tagande av muta hör enligt 11 § sista stycket under allmänt åtal. För åtal förutsätts numera inte angivelse av målsägande.

Berättigad att anställa talan är enligt 11 § första stycket 3) även varje näringsidkare, som frambringar, tillverkar eller håller till salu varor eller utför arbete av samma eller liknande art som de varor eller det arbete, som skolat inköpas eller utföras, eller meddelar försäkring av samma slag som den försäkring, vilken skolat tagas, ävensom den anställdes arbetsgivare, där ej gärningen skett med dennes begivande, så ock, utom vad angår skadestånd, varje sammanslutning för främjande av yrkesintressen, såframt näringsidkare, varom nu nämnts, är företrädda inom sammanslutningen och denna äger kära inför domstol. Enskild får emellertid numera enligt 20 kap. 8 § RB ej väcka åtal för brott med mindre han angivit brottet och åklagaren beslutat, att åtal ej skall äga rum.

Som nämnts betecknas i förarbetena den i 6 § beskrivna gärningen som aktiv bestickning och den i 7 § som passiv bestickning. Utredningen finner denna terminologi mindre lämplig av flera skäl. Rent språkligt ter det sig främmande att beteckna åtgärden att begära, låta åt sig utlova eller mottaga en otillbörlig förmån som bestickning. Att begära en muta kan inte heller lämpligen karaktäriseras som en »passiv» handling. Erfarenheter från den offentliga sektorn utvisar att muttagaren kan vara initiativtagare och i hög grad »aktiv», medan bestickaren kan handla motvilligt, »passivt», under trycket av omständigheterna. I fortsättningen kommer därför att användas beteckningarna *bestickning* för »aktiv bestickning» och *tagande av muta* för »passiv bestickning». Den senare beteckningen är visserligen föga adekvat för förfarandet att begära eller låta åt sig utlova en otillbörlig förmån, men terminologin används redan i BrB och bör kunna godtas även här. Gärningsmannen vid bestickning kallas *bestickaren* och gärningsmannen vid tagande av muta *muttagaren*. För att bestickning och tagande av muta skall föreligga fordras i regel att förmånen erbjuds, begärs, lämnas eller mottas för visst ändamål, exempelvis att muttagaren skall handla på visst sätt. Detta kallas i fortsättningen *gärningsändamålet*.

Andra lagbestämmelser

Om bestickning av ämbetsman stadgas i 17 kap. 7 § BrB. Om ämbetsmans tagande av muta eller av otillbörlig belöning stadgas i 20 kap. 2 § BrB. I SL behandlades bestickning av ämbetsman sedan 1948 i 10 kap. 6 § och ämbetsmans tagande av muta i 25 kap. 2 §. Dessförinnan behandlades båda brotten

i 25 kap. SL. I 8 § IKL hänvisas till 25 kap. SL. Denna hänvisning avser numera 17 och 20 kap. BrB.

Enligt 17 kap. 7 § BrB straffas den som lämnar, utlovar eller erbjuder muta eller annan otillbörlig belöning för utövning av befattning varmed ämbetsansvar är förenat. Enligt 20 kap. 2 § BrB straffas ämbetsman, som mottager, låter åt sig utlova eller begär muta eller annan otillbörlig belöning för sin tjänsteutövning. Även den som varit ämbetsman kan straffas för tagande av muta.

Vad som förstås med ämbetsman omtalas i 20 kap. 12 § första stycket BrB. Där stadgas också att vad som sägs om ämbetsmän skall gälla även vissa andra befattningshavare, huvudsakligen tjänstemän i statlig eller kommunal tjänst. Såvitt gäller bl. a. tagande av muta utsträcks ansvaret enligt 20 kap. 12 § andra och tredje styckena BrB också till andra kategorier (se vidare Brottsbalken II s. 397).

I BrB är straffet för bestickning böter eller fängelse i högst två år. För tagande av muta är normalstraffet suspension eller avsättning, men om skäl därtill är kan också fängelse i högst två år utdömas. För tagande av muta finns dessutom en straffskala för ringa fall, böter, och en för grova fall, avsättning och fängelse i högst sex år.

Stadgandena i BrB avser sålunda, till skillnad från dem i IKL, inte bara mutor, givna i visst syfte, utan också otillbörliga belöningar, exempelvis sådana som utgör erkänsla för något ämbetsmannen redan gjort. Mutan eller den otillbörliga belöningen skall ha lämnats eller erbjudits »för utövning av befattning varmed ämbetsansvar är förenat» respektive mottagits eller begärts av ämbetsman »för sin tjänsteutövning». I fråga om själva handlandet föreligger full parallellitet mellan de båda lagarna. Orden »lämnar, utlovar eller erbjuder» förekommer både i 17 kap. 7 § BrB och i 6 § IKL. Även 20 kap. 2 § BrB och 7 § IKL är i detta avseende lika, bortsett från en mindre språklig avvikelse (»mottager», »tager»).

Enligt 8 § IKL gäller att 6 och 7 §§ IKL inte får tillämpas, så snart rekvisiten för användning av 17 kap. 7 § eller 20 kap. 2 § BrB är uppfyllda. Där- emot synes inte något formellt hinder föreligga mot att bestickning av stats- eller kommunalanställd, som inte är att anse som ämbetsman, och sådan anställds tagande av muta bedöms enligt 6 och 7 §§ IKL om förutsättningar i övrigt föreligger härför.

I 19 kap. 13 § BrB finns ett med tagande av muta besläktat stadgande, vilket handlar om tagande av utländskt understöd. Enligt detta straffas den som av främmande makt eller någon som handlar i dess intresse mottager pengar eller annan egendom för att påverka den allmänna meningen om statskicket eller om åtgärder i rikets inre eller yttre styrelse. För tagande av otillbörlig förmån vid röstning straffas enligt 17 kap 8 § tredje stycket BrB den som mottager, låter åt sig utlova eller begär otillbörlig förmån för att i allmänt ärende rösta på visst sätt eller inte rösta.

6—8 §§ IKL i rättstillämpningen

Förekomsten av mål om bestickning och tagande av muta, berörande såväl den offentliga som den privata sektorn, undersöktes av docenten Ola Nyquist under åren 1961 och 1962. Undersökningen avsåg alla mål som handlagts vid svenska domstolar i samtliga instanser under tiden från och med 1949 till och med 1961. Resultatet, som presenterats för utredningen i stencilerad form, gav vid handen att, såvitt kunnat utrönas, sammanlagt 231 personer varit åtalade för bestickning enligt SL, 52 personer för tagande av muta enligt SL, 4 personer för bestickning enligt 6 § IKL och 2 personer för tagande av muta enligt 7 § IKL. Åtalen jämlikt 6 och 7 §§ IKL handlades i två mål vid Göteborgs rådhusrätt.

En verkmästare i ett kommunalt bostadsbolag, som hade att sköta bolagets arbete med sprängning, schaktning o. dyl. samt att i allmänhet tjänstgöra som arbetsledare vid bolagets arbetsplatser, hade tagit emot belöning med sammanlagt drygt 2 000 kronor från två ägare av grävmaskiner för de arbeten de genom honom erhållit för bolagets räkning. Rådhusrätten fann att ersättningen var otillbörlig i de delar den avsåg att påverka verkmästaren att även framdeles anlita maskinägarnas tjänster. Vidare ansåg rådhusrätten att det påtalade förfarandet kunnat lända andra med maskinägaren konkurrerande yrkesutövare till skada. Verkmästaren dömdes enligt 7 § IKL och de båda maskinägarna jämlikt 6 § IKL till böter (Göteborgs rrtt, 5 avd., DB 111/1956).

En avdelningschef vid ett bolag hade att upprätta förslag och fatta beslut om inköp av viss utrustning samt att sköta vissa andra ekonomiska angelägenheter för bolaget. Ansvar yrkades på avdelningschefen för trolöshet mot huvudman, alt. för brott mot 7 § IKL, dels för det han begärt och mottagit nära 39 000 kronor i provisioner på leveranser till bolaget från innehavaren av en maskinfirma, dels ock för det han begärt och mottagit drygt 10 500 kronor såsom ersättning för medverkan till bolagets antagande av leveransanbud från en leverantör. Ansvar yrkades vidare på avdelningschefen enligt 7 § IKL för att han mottagit lån om drygt 4 000 kronor från leverantören. På innehavaren av maskinfirman och leverantören yrkades ansvar för medhjälp till trolöshet mot huvudman, alt. bestickning enligt 6 § IKL, på leverantören dessutom jämlikt 6 § IKL för lånen till avdelningschefen. Avdelningschefen medgav ansvar enligt 7 § IKL för vissa belopp men bestred för vissa, enär de avsett arvoden för utfört arbete främst för innehavarens av maskinfirman räkning. Rådhusrätten fann att avtal hade träffats mellan avdelningschefen och innehavaren av maskinfirman om 10 % för avdelningschefens räkning av bolagets sammanlagda ordersumma men att avtalet inte hade påverkat anbudsbeloppens storlek. Någon skada för bolaget hade inte uppkommit i någotdera fallet. Arbetet som avdelningschefen utfört för innehavaren av maskinfirman friade enligt rådhusrättens mening icke från ansvar, enär det varit sekundärt i förhållande till utförhållandet mellan dessa personer. Avdelningschefen dömdes jämlikt 7 § IKL till frihetsstraff, vilket dock till följd av särskilda omständigheter gjordes villkorligt. Därjämte förpliktades avdelningschefen att till kronan utgiva den otillbörliga belöningen, sammanlagt drygt 38 000 kronor. Innehavaren av maskinfirman och leverantören dömdes jämlikt 6 § IKL till böter (Göteborgs rrtt, 6 avd., DB 50/1959).

Nyquists undersökning ger knappast någon ledning för bedömning av den verkliga förekomsten av förfaranden, som faller under gärningsbeskriv-

ningarna i 17 kap. 7 § och 20 kap. 2 § BrB samt 6 och 7 §§ IKL. Av olika skäl är det sannolikt blott ett mindre antal brott, som blir föremål för domstols prövning. Utsikterna till beivrande kan möjligen vara tämligen stora, då den som erbjuder eller begär muta inte möter något gensvar. Den till vilken man vänder sig har då föga anledning att skydda bestickaren eller muttagaren. Men vid det slutförda ömsesidiga förfarandet, då en muta lämnas och motas, är utsikten att saken uppdragas sannolikt ofta rätt liten. Vad gäller bestickning och tagande av muta inom näringslivet synes också den omständigheten ha väsentlig betydelse att man inom företagen oftast torde sakna anledning till och intresse för offentlig domstolsbehandling av dessa fall. Man torde nöja sig med andra än rättsliga reaktioner, exempelvis att avbryta affärsförbindelse eller avskeda inkorrekt anställda.

Gällande rätt i övriga nordiska länder samt i Tyskland, Schweiz, Frankrike och England

Redogörelsen avser i huvudsak bara rättsregler, motsvarande 6 och 7 §§ IKL, alltså straffbestämmelser för bestickning och tagande av muta i näringsverksamhet.

I Danmark finns en straffbestämmelse, tämligen närliggande 6 och 7 §§ IKL, i strafflagen (§ 299, nr. 2).

I Finland, Norge och Tyskland finns motsvarande straffstadganden i lagarna mot otillbörlig konkurrens. Även den schweiziska lagen mot otillbörlig konkurrens har en straffbestämmelse i ämnet, vilken dock är begränsad till bestickningssituationen.

I Frankrike bestraffas bestickning och tagande av muta berörande såväl offentlig tjänst som näringsverksamhet enligt den allmänna strafflagen, Code pénal (art. 177 och 179).

I England behandlas bestickning och tagande av muta utanför den offentliga sektorn i en särskild strafflag, Prevention of Corruption Act.

Karakteristiskt för alla dessa bestämmelser utom den schweiziska är att straff stadgas såväl för bestickaren som för muttagaren samt att förutsättningarna för straff i princip är desamma för bestickaren och muttagaren. Men i övrigt är de skilda ländernas stadganden olika konstruerade. Särskilda begränsningar kan vara knutna till bestickarens eller muttagarens person eller till gärningsändamålet.

Muttagaren

Straffbar enligt § 299, nr. 2 i den *danska* strafflagen är den som »ved varetagelse af en andens formueanliggender for sig selv eller andre af trediemand» under vissa förutsättningar mottar en ekonomisk fördel.

De *finska*, *norska* och *engelska* lagarna har en vid definition på muttagaren. I stort sett envar som är anställd i enskild tjänst eller handlar på annan enskilds vägnar och som tar mutor kan straffas. Den *franska* lagen gör inte skillnad på anställda i enskild eller offentlig tjänst.

Också i den *schweiziska* lagen är muttagaren allmänt beskriven, men där är han som nämnts inte självständigt straffbar. Däremot lär han kunna straffas för medhjälp till bestickning.

I den *tyska* lagen mot otillbörlig konkurrens är det endast den som är anställd i eller uppdragstagare åt ett affärsföretag, som kan dömas för tagande av muta.

Bestickaren och gärningsändamålet

Envar som under angivna förutsättningar ger en ekonomisk fördel till den som tillvaratar en annans ekonomiska angelägenheter är straffbar enligt den *danska* strafflagen.

Inte heller de finska, tyska, schweiziska, franska eller engelska lagarna knyter någon särskild kvalifikation till bestickarens person. Begränsningar finns emellertid i gärningsändamålet. Enligt den *finska* lagen skall syftet vara att förmå muttagaren »att gynna mutaren eller annan i näringsverksamhet». För att man skall kunna tala om bestickning enligt *tysk* rätt fordras att erbjudandet skett i konkurrenssyfte för att genom ett illojalt förfarande från de anställdas eller uppdragstagarnas sida skaffa företräde åt bestickaren eller tredje man. Enligt uttalande i den *schweiziska* doktrinen måste bestickaren vara konkurrent. Och erbjudandet skall enligt lagen vara avsett eller ägnat att genom ett pliktvidrigt förfarande från de anställdas sida vid deras tjänsteutövning skaffa bestickaren eller någon annan förmåner. Den *franska* Code pénal synes i detta avseende bara kräva att erbjudandet skett för att förmå den anställde att företaga eller underlåta att företaga viss tjänsteåtgärd. Enligt den *engelska* lagen skall förmånen ha erbjudits den anställde såsom en bevekelsegrund för att utföra eller underlåta att utföra en handling som berör principalens angelägenheter eller affärer eller för att gynna eller missgynna eller underlåta att gynna eller missgynna någon i förhållande till principalens angelägenheter eller affärer. Erbjudandet skall vidare ha skett »corruptly», vilket anses betyda att det åsyftade förfarandet skall innebära en kränkning av vederbörandes plikt att i främsta rummet tillvarata sin principals intressen.

Den *norska* lagen har en begränsning redan i angivandet av bestickarens person. Det skall vara någon som under utövning av näringsverksamhet eller på sådan verksamhets vägnar ger en fördel. En ytterligare förutsättning för straff är att det »skjer i konkurranseøiemed eller for å opnå et annet fortrin ved levering av varer, arbeide eller annen ydelse».

Gärningen och »mutan»

Enligt den *danska* lagen är den straffbara handlingen på mottagarsidan att man »modtager, fordrer eller lader sig tillsige en formuefordel» och på givarsidan att man »yder, lover eller tilbyder sådan fordel».

Den *finska* lagen talar om att giva, erbjuda eller utfästa resp. emottaga,

betinga sig eller fordra gåva eller annan förmån. Den *norska* lagen nämner att man »byr eller gir nogen» resp. att man »krever eller mottar» gåva eller annan fördel. För muttagarens del anges också löfte om gåva eller annan fördel.

Den *tyska* lagen beskriver bestickningsgärningen så att man erbjuder, utlovar eller lämnar gåvor eller andra förmåner, medan den *schweiziska* lagen talar om att man lämnar eller erbjuder förmåner som inte tillkommer vederbörande. Någon skillnad i sak torde inte ligga i dessa olika formuleringar. Muttagarens brottsliga gärning är enligt den *tyska* lagen att begära, låta åt sig utlova eller mottaga gåvor eller andra förmåner.

Den *franska* Code pénal riktar sig på bestickarsidan mot den som använder sig av löften, erbjudanden, gåvor eller presenter eller ger efter för krav syftande till muttagande, även om vederbörande inte tagit initiativet. På muttagarsidan skall gärningsmannen antingen direkt eller genom annans förmedling ha begärt eller antagit erbjudanden eller löften eller begärt eller mottagit gåvor, presenter eller provision, rabatt eller premier.

Bestickningsgärningen är enligt den *engelska* lagen att ge eller gå med på att ge eller erbjuda »gift or consideration». Muttagarens gärning är att mota eller utverka eller samtycka till att motta eller försöka att utverka »gift or consideration» åt sig själv eller någon annan. »Consideration» synes i detta sammanhang betyda vederlag i vidsträcktaste mening.

Betydelsen av huvudmannens vetskap

Karakteristiskt för det tagande av muta och bestickning närliggande förfarande, som omhandlas i den *danska* strafflagens § 299, nr. 2, är att mottagandet av den ekonomiska förmån, som begärs resp. erbjuds »skal holdes skjult for den, hvis anliggende modtageren varetager».

Enligt den *tyska* lagen är bestickaren och muttagaren förfallna till ansvar oberoende av om muttagarens huvudman känner till den erbjudna eller begärda förmånen eller ej. Detsamma synes vara förhållandet enligt den *finska* lagen. I den *norska* lagen däremot sägs uttryckligen att en förutsättning för givarens och mottagarens ansvar är att förfarandet sker utan dens vetskap, hos vilken den senare är anställd. Enligt den *franska* lagen är de agerande fria från ansvar om den anställdes principal vet om och har samtyckt till förfarandet.

I den *engelska* lagens krav på att förfarande skall ske »corruptly» anses ligga att bestickningen resp. muttagandet skall ske bakom ryggen på mottagarens huvudman.

Efterföljande belöning

För den citerade *danska* straffbestämmelsens del synes frågan om efterföljande belöning skall likställas med »föregående muta» sakna aktualitet, eftersom det straffbara förfarandet består däri att någon som förvaltar

annans ekonomi mottar en fördel, som skall hållas dold för huvudmannen, resp. att någon lämnar en sådan fördel.

I den *finska* lagen anges uttryckligen att med förmån, som lämnas eller mottas för att någon skall gynna bestickaren eller annan, jämställs förmån, som utgör belöning för sådant gynnande.

De *norska*, *tyska*, *schweiziska* och *franska* lagarnas gärningsbeskrivningar omfattar endast gåvor och förmåner, som i tiden ligger före önskade åtgärder. Förmåner, som uteslutande utgör belöningar för något redan utfört, omfattas således inte.

Enligt den *engelska* lagen drabbas däremot både förmåner, som erbjuds eller begärs såsom en bevekelsegrund, »inducement», för en tjänsteåtgärd, och förmåner, vilka erbjuds eller begärs såsom belöning, »reward», för redan vidtagna åtgärder.

Rundfrågan

I den till utredningens rundfråga fogade promemorian uttalades att 6 och 7 §§ IKL ansetts ha för begränsad räckvidd. Det hade framhållits som en inkonsekvens att endast bestickning av personer anställda hos köpare, inte bestickning av personer anställda hos säljare träffades. Förhållandet hade framför allt intresse i fall då varor såldes efter det att anbud infordrats från köpare. Anmärkningar hade också riktats mot att lagen endast omfattade mutor i samband med sådana avtal, som avsåg inköp av varor, utförande av arbete eller tagande av försäkring. Därigenom föll exempelvis muta till vicevärd i syfte att ge viss person företräde till affärslokal utanför. Rent principiellt hade ifrågasatts att allt mutande av personer, anställda i näringsverksamhet, med syfte att påverka den mutade att i ett eller annat hänseende ekonomiskt gynna bestickaren framför andra borde träffas av lagen.

I anslutning härtill ställdes tre frågor, nämligen om bestämmelserna borde göras tillämpliga på bestickning av säljareombud, om bestämmelserna borde utsträckas även till andra avtal än sådana som avsåg köp av varor, utförande av arbete eller tagande av försäkring samt om bestämmelserna borde ges ännu vidare tillämpning.

Så gott som alla som svarade på den första frågan ansåg att bestämmelserna borde göras tillämpliga även på säljareombud. Flera framhöll därvid att det kunde vara särskilt aktuellt att kunna ingripa mot bestickning av säljareombud i en krissituation med begränsad varutillgång.

Den andra frågan, om bestämmelserna borde utsträckas även till andra avtal än sådana som avsåg köp av varor, utförande av arbete eller tagande av försäkring, föranledde på ett undantag när enbart jakande svar. I ett svar sades att avtalstyperna om möjligt klart borde anges i lagen. I ett annat svar framhölls att utförande av tjänster i allmänhet och upplåtande av nyttjanderätt i princip borde falla under bestämmelserna.

I ett flertal av svaren förordades att bestämmelserna gavs ännu vidare

tillämpning. Åtskilliga rekommenderade den i promemorian skisserade lösningen att allt mutande av personer, som var anställda i näringsverksamhet, med syfte att påverka den mutade att i ett eller annat hänseende ekonomiskt gynna bestickaren framför andra, borde kriminaliseras. I ett svar förutsattes därvid att begreppet »muta» definierades ungefärligen så att därmed skulle avses en gåva eller förmån, som med hänsyn till förhållandena framstod som osedvanlig och innebar uppenbar fara för otillbörlig påverkan av medkontrahenten. En organisation framhöll att, även om det ur generalpreventiv synpunkt kunde vara önskvärt att i lagtexten gränsen kring de straffbelagda handlingarna inte drogs för snävt, man i motiven borde i görligaste mån klarlägga vilka förfaranden som skulle falla utanför lagen; det syntes önskvärt att inte en så rigorös tillämpning av bestämmelserna förordades att dessa kunde åberopas i chikanöst syfte. En myndighet med särskild erfarenhet av granskning av statliga myndigheters upphandlings- och försäljningsverksamhet fann skäl tala för att bestämmelserna utformades exempelvis så, att de avsåg bestickning av person, anställd i näringsverksamhet, i syfte att påverka den anställde att, med utnyttjande av de möjligheter han hade i denna sin egenskap, i samband med ekonomiska uppgörelser i ett eller annat hänseende gynna bestickaren. En organisation upplyste, att Institutet för bekämpande av mutor och bestickning — varom mera nedan — under de senare åren haft till behandling bestickning av säljareombud samt vid anställnings- och hyresförhållanden, exempelvis bestickning av en försäljare av bilar, vilka av speciella skäl var särskilt förmånliga för köparna, och ett fall av muta till vicevärd, liknande det i promemorian nämnda. Organisationen fann det för rättskänslan stötande att möjlighet sänkades att beivra sådana fall, även om de antagligen var relativt ovanliga.

I många svar vände man sig emellertid mot tanken på att ge bestämmelserna vidare tillämpning. Från ett håll framhölls att, om blott de väsentliga inom näringslivet förekommande avtalstyperna träffades, någon ytterligare utvidgning inte behövdes. Någon fruktade att man, om man lämnade anknytningen till avtal av olika slag, skulle sakna fast grund för bedömandena och enbart få subjektiva ställningstaganden att lita till. En organisation pekade på gränsdragnings- och bevisvärigheter vid en ytterligare utvidgning. En organisation erinrade om att det i utlandet rådde helt andra förhållanden och framhöll att bestämmelserna därför inte borde utformas så att svenska affärsmäns förmåga att hävda sig i den internationella konkurrensen hindrades.

Bestickningsliknande förfaranden, bedömda av Näringslivets Opinionsnämnd

Det förekommer inom näringslivet en typ av förfaranden, som inte faller under 6 och 7 §§ IKL men som har vissa beröringspunkter med de av lagen omfattade förfarandena. Här syftas på premiering av anställda från andra

än deras arbetsgivare, exempelvis från fabrikant eller annan i tidigare produktions- eller distributionsled för att stimulera avsättningen av dennes produkt.

Den väsentligaste skillnaden mellan lagens fall och »premieringsfallen» torde vara att i de förra givaren syftar till att direkt få företräde vid avtal om leverans av varor, medan han i de senare indirekt, genom att stimulera avsättningen, vill främja varuleverans. I båda fallen kan den anställdes huvudman antingen känna till eller inte känna till vad som försiggår, men typiskt sett torde de »direkta» fallen kunna ske mer i det fördolda, eftersom det närmast är fråga om att påverka en anställd i taget, medan de »indirekta» fallen ofta torde ske mer öppet, eftersom de för att ge effekt som regel fordrar påverkan på ett flertal personer.

Näringslivets Opinionsnämnd och dess föregångare har flera gånger under senare år haft att bedöma, huruvida förfarandet att »utifrån» premiera detaljhandelsanställda kan anses vara i överensstämmelse med god affärssed. Nämndens bedömning har däremot inte avsett tillbörligheten av de anställdas förfarande att ta emot premier, eftersom denna fråga inte underställts nämndens prövning. Av nämndernas avgöranden framgår att en viss förskjutning i bedömningen skett.

I tre fall från 1951, 1953 och 1954, vilka avgjordes av Näringslivets Opinionsnämnd i Stockholm, var det fråga om premiering av såväl affärsinnehavare som deras personal. Nämnden ansåg att dessas möjligheter att genom stor försäljning av den avsedda varan erhålla belöningar utöver vanlig handelsvinst respektive expeditlön kunde leda till att de sökte påverka kunderna att köpa varan på sätt, som sköt andra i kvalitet och prishänseende överlägsna eller likvärdiga, konkurrerande fabrikat av samma varuslag i bakgrunden; den objektivitet vid lämnande av upplysningar beträffande saluförda varor, som man hade rätt att påräkna från detaljhandels sida, kunde alltså komma att åsidosättas. På dessa grunder fann nämnden premieringen av affärsinnehavarna och deras expediter vara en konkurrensmetod, som stred mot god affärssed. (Yttranden den 18 maj 1951, återgivet i God affärssed och illojal konkurrens, ref. 78, den 13 januari 1953 och den 29 september 1954.)

I ett avgörande från 1959 gällde det ett erbjudande av en fotogrossist till anställda i fotoaffärer om en premie av 10 kronor, »skottpengar», för varje försäld kamera av ett visst märke; erbjudandet gjordes genom fotohandlarna, alltså inte direkt till de anställda. Nämnden yttrade härom i huvudsak.

Premieringen kan — — — antagas ha lett till att av fotohandlarna eventuellt saluförda likvärdiga eller måhända i vissa hänseenden överlägsna kameror av konkurrerande fabrikat kunde skjutas i bakgrunden. Härvidlag skiljer sig denna utfästelse icke från säljfrämjande åtgärder av annat slag som en leverantör företager i förhållande till detaljhandeln. Ett dylikt undanskjutande av konkurrerande produkter synes utgöra en ofrånkomlig följd av det system med fri konkurrens

och i stort sett fritt val av konkurrensmedel, som är rådande i Sverige. Emellertid måste när det gäller utfästelser av premier till affärsanställda krävas att leverantören icke förfar på ett sätt som är ägnat att störa förtroendeförhållandet mellan detaljhandlaren och hans anställda. Med hänsyn härtill finner nämnden till en början att en oefftergivlig förutsättning för att en dylik utfästelse skall kunna godtagas måste vara att vederbörande detaljhandlare uttryckligen samtyckt till åtgärden i vad den avser hos honom anställda medhjälpare. Även om premieringen skett med detaljhandlarnas begivande, finner nämnden likväl att ett förfarande av här ifrågavarande slag, om det skulle vinna mera allmän spridning, kan medföra risk för konflikter mellan detaljhandlarna och deras anställda samt även befara fresta de anställda att lämna överdrivna eller eljest missvisande uppgifter om den vara vars försäljning premieringen avser att främja. Mot nu anförda bakgrund finner nämnden att ett sådant förfarande som grossistens utfästelse av »skottpengar» till anställda i fotohandeln — även när vederbörligt tillstånd från affärsledningens sida förelegat — är ägnat att väcka betänkligheter.

Under hänvisning till vad sålunda anförts vill nämnden göra det uttalandet att erbjudandet av »skottpengar» till medhjälpare i fotohandeln erhållit en utformning, vilken nämnden icke finner vara förenlig med god affärssed.

Vidare utfäste sig grossisten att till den butiksmedhjälpare eller detaljhandlare, som ensam sålde ett visst antal kameror av viss typ, överlämna en likadan kamera för personligt bruk. Erbjudandet till medhjälparna var beroende av fotohandlarnas medverkan. Gentemot detta gjorde nämnden därför ingen annan anmärkning än att samma betänkligheter som nämnden i övrigt anført rörande systemet med »skottpengar» — nämligen att dessa kunde ge upphov till konflikter mellan medhjälparna och fotohandlarna — kunde anföras mot utfästelsen till medhjälparna. Vad beträffar erbjudandet till fotohandlarna skilde nämnden mellan det fallet att de helt ägde sitt företag och det att de var anställda. I det förra fallet jämställde nämnden premien med en kvantitetsrabatt och fann den därför inte vara en otillbörlig konkurrensåtgärd. I det senare fallet kunde det enligt nämndens uppfattning med hänsyn till bland annat den förtroendeställning anställda affärsledare intog inte anses lämpligt att dessa från leverantörer mottog mer värdefulla gåvor för eget bruk utan medgivande från företagets ägare. På grund härav och då i sådana fall utfästelsen framstod såsom en otillbörlig påverkan på anställd fann nämnden att en utfästelse av detta slag kunde komma att stå i uppenbar strid mot god affärssed. (NOp 1959 rf. 51.)

I fallen från förra hälften av 1950-talet har den då verksamma nämnden lagt huvudvikten vid undanskjutandet av konkurrenter med goda eller bättre varor; man har gjort gällande att detaljhandeln borde vara objektiv i vägledningen av kunderna.

I det nyssnämnda fotofallet har Näringslivets Opinionsnämnd uttryckligen underkänt argumentet att konkurrerande produkter kunde undanskjutas. Avgörande betydelse har tillmätts den omständigheten att förfarandet kunde störa förtroendeförhållandet mellan detaljhandlaren och hans anställda. Frågan om objektivitet i kundvägledningen har nämnden inte direkt

berört. Däremot har nämnden pekat på risken för överdrivna eller eljest missvisande uppgifter om den vara, vars försäljning premieringen avsåg att främja.

I senare avgöranden har nämnden inte upprepat den sistnämnda synpunkten utan bedömt premieringsåtgärders förenlighet med god affärssed enbart från synpunkten om de varit ägnade att inverka störande på för-troendeförhållandet mellan de anställda och vederbörande detaljhandlare. För att en åtgärd av ifrågavarande slag skall godtas har nämnden krävt att detaljhandlaren på förhand samtyckt till åtgärden. Vidare har nämnden fordrat att situationen inte varit sådan att detaljhandlarna i praktiken saknat möjlighet eller med hänsyn till de anställda haft svårt att avböja att samtycka till åtgärden. (Se exempelvis yttrande i NOP aktnr 515/1962.)

Utomrättsliga strävanden att motarbeta bestickning och tagande av muta

Bestickning och tagande av muta har sedan länge bekämpats genom organisationer inom näringslivet. I seklets början fanns vissa för detta ändamål särskilt bildade sammanslutningar, av vilka den mest betydelsefulla synes ha varit Maskinaffärernas Förening. Dessa sammanslutningar, vilkas verksamhet enligt uppgift hade viss effekt, synes ha upplösts i samband med antagandet av 1919 års IKL. Emellertid kände man inom näringslivet behov av att ha ett organ, som verkade för lagens efterlevnad. År 1923 stiftades därför av Stockholms Handelskammare, Sveriges Industriförbund och Sveriges Köpmannaförbund Institutet för bekämpande av mutor och bestickning, vilket 1965 ändrade namnet till *Institutet mot mutor*.

Institutet har enligt sina stadgar till uppgift

att sprida kännedom om i lag och författning givna bestämmelser mot mutor och bestickning;

att verka för och understödja beivrande av brott mot nämnda bestämmelser och i särskilda fall söka förebringa utredning och bevisning;

att samla och bringa till offentligheten rättsfall på förevarande område;

att i tvistiga fall biträda allmänheten vid tolkning och tillämpning av hithörande lagstiftning, samt

att jämväl i övrigt bekämpa mutsystemet genom särskilda meddelanden, genom dagspressen, genom föredrag eller andra till buds stående medel.

Institutets angelägenheter handhas av en styrelse och en sekreterare.

På uppdrag av Institutet har utarbetats en upplysningsskrift om mutor och deras bekämpande (*Nyquist—Körner: Mutor och bestickning*, Stockholm 1963). I övrigt sprider man kännedom om lagregler, handlingsnormer och rättstillämpning genom föredrag och på annat sätt.

Institutet lämnar råd och upplysningar till företag och enskilda rörande frågor, som faller inom dess verksamhetsområde, samt undersöker anmälda eller eljest till dess kännedom komna verkliga eller påstådda mutfall. I Institutets protokoll kan man finna uppgifter om att Institutet — ofta i

samråd med en branschorganisation — kunnat sanera missförhållanden i form av dolda provisioner och dylikt i hela branscher.

Institutet anlitas understundom som rådgivande organ vid utarbetande av normer för tjänstemäns och andra anställdas handlande. Ett sådant ärende är följande.

Statens sakrevision, ett organ som numera uppgått i riksrevisionsverket, verkställde under 1950-talet i samarbete med en av riksåklagaren förordnad åklagare utredningar rörande statstjänstemäns förhållande till leverantörer och entreprenörer. Sina erfarenheter därvidlag sammanfattade sakrevisionen i en skrivelse till Konungen av den 17 maj 1957, vilken publicerats under rubriken: »Iakttagelser rörande statlig upphandlings- och kontrollverksamhet m. m. Redogörelse och förslag av statens sakrevision.» Vid redogörelsen fanns fogad som Bilaga 1 ett i samråd med Institutet för bekämpande av mutor och bestickning utarbetat förslag till rekommendationer rörande förhållandet mellan leverantörer till statsverket m. fl. och vissa tjänstemän, den s. k. mutkatekesen. Sakrevisionen hemställde bl. a. att Kungl. Maj:t måtte vidta de åtgärder som prövades lämpliga i syfte att bringa till myndigheternas kännedom dessa rekommendationer. Redogörelsen med bilaga remitterades till ett mycket stort antal myndigheter och organisationer för yttrande. I övrigt föranledde sakrevisionens hemställan inte någon Kungl. Maj:ts åtgärd.

Rekommendationerna, som anges »avse förhållandet mellan å ena sidan juridiska eller fysiska personer samt representanter för dessa och å den andra sidan sådana statliga tjänstemän, med vilka vederbörande kommer i kontakt med anledning av antingen träffat eller önskat avtal med myndigheten om köp, försäljning, byte, tjänst eller arbete *eller* ingiven eller avsedd ansökan eller liknande, som handlagts eller skall handläggas av myndigheten, *eller* myndighetens kontrollfunktion», innehåller följande 5 huvudpunkter.

1. Rabatter

Tjänsteman, som här avses, bör icke av den andra parten erhålla en för honom eller befattningshavare i hans ställning exklusiv rabatt eller annan prislemsförman. Tjänstemannen bör alltså i princip acceptera endast sådan prisnedsättning, som vid ifrågakvarande tidpunkt kan erhållas *antingen* av köpare i gemen *eller* av vem som helst med befattningshavarens kvalifikationer (marknadskännedom m. m.) men utan dennes tjänsteställning *eller* eljest av envar tillhörande en större krets, t. ex. statstjänstemän, anställda hos viss myndighet eller medlemmar i viss förening.

Även om någon av sagda förutsättningar föreligger, bör befattningshavaren regelmässigt ej tillgodogöra sig fördelaktigare villkor än de, myndigheten erhåller.

2. Gåvor

Tjänsteman, som här avses, bör icke av den andra parten mottaga gåva, som kan antagas sätta honom i tacksamhetsskuld till givaren eller eljest påverka hans tjänsteutövning. Detta torde som regel ej vara fallet, när fråga är om *presentreklam*

i form av artiklar med uppenbar reklamkaraktär, *säsongmässiga gåvor* i form av blommor, frukt eller annat av relativt ringa värde, exempelvis till jul eller nyår, eller *uppvaktningar vid personliga högtidsdagar och dyligt* i form av blommor eller i särskilda fall annan gåva.

3. Gästfrihet

Tjänsteman, som här avses, bör visa återhållsamhet vid antagandet av erbjudan från den andra parten om gästfrihet. När denna på grund av sin form eller omfattning kan tänkas försätta tjänstemannen i tacksamhetsskuld eller eljest påverka honom i hans tjänsteutövning, bör den ej accepteras.

4. Lån, borgensförbindelser och liknande

Tjänsteman, som här avses, bör ej inlåta sig på privata ekonomiska förbindelser med den andra parten i form av t. ex. lån, borgensförbindelse eller varukredit utöver den, som i allmänhet erbjudes kundkretsen.

5. Andra förmåner

Tjänsteman, som här avses, bör ej av den andra parten mottaga annan förmån, som kan antagas påverka hans tjänsteutövning eller eljest sätta honom i tacksamhetsskuld till denne.

De citerade rekommendationerna avser som nämnts endast statstjänsteman såsom mottagare av gåvor eller andra förmåner. De torde emellertid uppfattas såsom i viss mån vägledande för andra befattningshavares handlande i motsvarande situationer. Att förhållandena för anställda i enskild tjänst inte är fullt jämförbara med dem för anställda i offentlig tjänst är dock tydligt och skall närmare utvecklas i det följande.

Inom yrken, vars utövare intar en ställning som rådgivare eller förtroendemän, har utbildats handlingsnormer och regler, betingade av respektive yrkes art och ansvar, och avsedda bl. a. att förebygga förfaranden av besticknings- eller muttagandekaraktär. Här skall anges några exempel på sådana normer och regler.

Svenska Teknologföreningen har antagit en hederskodex, innefattande, i 10 punkter, »riktlinjer för ingenjörens och arkitektens lojala uppträdande under sin yrkesutövning gentemot allmänhet och kolleger». Tre av dessa punkter lyder.

Han bör öppet tillkännagiva för uppdragsgivare, chefer och andra vederbörande, om ekonomiska och andra intressen, som möjligen kunna påverka hans omdömes opartiskhet.

Han får icke mottaga ersättning, ekonomiskt eller annorledes, från mer än ett håll, utan samtliga parter medgivande. Provisioner, som icke äro av alla parter kända och medgivna, få icke förekomma.

Han får icke vid utövandet av sin befattning i allmän eller enskild tjänst eller vid fullgörande av mottaget förtroendeuppdrag gynna obehöriga intressen, egna eller andras.

Nyligen har antagits allmänna bestämmelser för konsultuppdrag inom arkitekt- och ingenjörsvksamhet (ABK 1966). Dessa har tillkommit som resultat av förhandlingar mellan företrädare för beställare och konsulter, varvid från konsultsidan deltagit Svenska Arkitekters Riksförbund, Svenska

Konsulterande Ingenjörers Förening, Svenska Konsulterande VVS-Ingenjörers Förening och Ångpanneföreningen. 1 § i ABK 66 lyder.

Konsulten skall tillse att han är och förblir ekonomiskt oberoende av leverantörer och andra, som skulle kunna påverka hans objektivitet. Till följd härav får han ej mottaga ersättning från annan i samband med uppdraget, vare sig i pengar eller annorledes. Om uppdraget kan komma att beröra företag, annat uppdrag eller ärende i vilket konsulten har egna eller har att tillvarataga andras intressen skall beställaren omedelbart underrättas härom.

Svenska Organisations Konsulters förening har i nära samverkan med övriga föreningar av organisationskonsulter i Norden utarbetat särskilda yrkesnormer. Där heter det bl. a.

Vi skall icke vara ekonomiskt eller på annat sätt så intresserade i företag, som producerar och säljer varor eller tjänster, att det kan menligt inverka på de rekommendationer vi ger våra klienter.

Vi skall inte taga eller lämna provisioner.

Vi skall öppet upplysa våra klienter om sådana omständigheter föreligger, som kan inverka på vår bedömning och vår objektivitet.

Utredningen

Att straffstadganden mot bestickning och tagande av muta i näringslivet behövs underströks starkt vid tillkomsten av 1919 års IKL. Att så fortfarande är förhållandet kan enligt utredningens mening inte betvivlas. Rättspraxis är visserligen mycket sparsam, men det kan antas att 6 och 7 §§ IKL — inte minst genom Institutets mot mutor verksamhet — haft en moralbildande utomrättslig funktion. Under utredningsarbetet har inte från något håll ifrågasatts annat än att straffstadganden i ämnet bör bibehållas.

I utredningens uppdrag ingår inte att överse straffbestämmelserna om bestickning av tjänstemän i allmän tjänst och motsvarande tagande av muta eller av otillbörlig belöning i 17 kap. 7 § och 20 kap. 2 § BrB. Dessa stadganden är helt omarbetade så sent som 1941 och därefter översedda i detaljer ett par gånger. Genom en tämligen omfattande rättspraxis har de fått sitt innehåll närmare bestämt.

Utredningen utgår således från att i lagen om otillbörlig konkurrens skall finnas straffstadganden om bestickning och tagande av muta i näringslivet. 6 och 7 §§ bör emellertid enligt utredningens mening inte bibehållas oförändrade, eftersom de inte motsvarar dagens krav.

Skillnader mellan offentlig och enskild verksamhet

BrB:s stadganden om bestickning och tagande av muta är väsentligt mera allmänt utformade än motsvarande stadganden i IKL. Förutsättningarna för ansvar enligt BrB är endast att muta eller annan otillbörlig belöning uppsåtligen lämnas eller erbjuds till resp. mottas eller begärs av dem som är

anställda i allmän tjänst. Däremot fordras inte något preciserat gärningsändamål, dvs. en avsikt att muttagaren skall handla på visst angivet sätt. Då det gäller enskild näringsverksamhet inträder enligt IKL ansvar endast om mutor lämnas eller erbjuds till resp. mottas eller begärs av anställda, som sysslar med inköpsverksamhet, och parternas avsikt är att muttagaren i visst avseende skall gynna bestickaren framför annan. Med mutor jämföras inte i IKL-fallen otillbörliga belöningar. Det finns anledning att ställa frågan om dessa skillnader är sakligt motiverade.

Tagande av muta är delvis att betrakta som en trolöshetsgärning och bestickning som en anstiftan av sådan gärning. I den mån bedömningen ligger på trolöshetsplanet föreligger inga olikheter mellan allmän och enskild verksamhet. I båda fallen gäller enligt allmänt vedertagen uppfattning att den anställde har att tillvarata arbetsgivarens intressen. Som en följd härav bör den anställde inte i och för sin tjänst få ta emot förmåner av utomstående, vilka är ägnade att rubba lojaliteten mot arbetsgivaren.

I fråga om relationerna mellan arbetsgivare och anställda framträder i detta avseende alltså inga skiljaktigheter mellan allmän och enskild verksamhet. Då det gäller anställdas relationer utåt, i förhållande till tredje man, föreligger däremot vissa olikheter.

Vid den senaste revisionen av stadgandena om bestickning och tagande av muta i SL sades att ämbetsstraffen var motiverade väsentligen som skyddsåtgärd för den offentliga tjänstens integritet (SOU 1944: 69, s. 399). I kommentaren till 17 kap. BrB betonas att straffbudet mot bestickning avser att mot obehörig påverkan skydda utövningen av allmän verksamhet (Brottsbalken II s. 242).

Denna uppfattning har också kommit till uttryck i doktrinen. Avsikten med att kriminalisera vissa handlingar — bland dem tagande av muta — som ämbetsbrott har sålunda sagts vara att garantera »förvaltningens fortgång, dess författningsenliga och för övrigt förnuftiga och effektiva handlande, att förhindra missbruk härav, att upprätthålla ordning och respekt, att bevara tjänstens och tjänstemannens anseende» (Jägerskiöld: Svensk tjänstemannarätt, del 2: 1, Stockholm 1959, s. 173). En annan författare har angivit avsikten med ämbetsbrotten så »att lagen vill inskräpa den offentliga tjänstens stora betydelse och det för hela samhället vitala intresset av absolut hederlighet, opartiskhet och ansvarskänsla hos det allmänna funktionärer» (Agge i Förvaltningsrättslig tidskrift 1940, s. 73).

Anledningarna till att det ställs särskilda krav på omutlighet i fråga om anställda i offentlig verksamhet är sålunda flera. Stat och kommun utövar många nödvändiga samhällsfunktioner, till vilka alternativ inte finns. Det allmänna har i stor utsträckning till sitt förfogande tvångsmedel såsom straffhot och möjlighet till vitesförelägganden. De allmänna funktionerna finansieras väsentligen genom skatter. Stat och kommun har alltså makt

över och anspråk på medborgarna på ett sätt som saknar motsvarighet på det enskilda fältet.

När det gäller enskild näringsverksamhet finns i stället ett intresse, som inte föreligger inom den offentliga sektorn, nämligen andra näringsidkares intresse av att konkurrensen bedrivs i anständiga former. Konkurrenter har ett berättigat krav på att mutor inte används som medel i konkurrens-kampen.

En viss tendens till utjämning av skillnaderna mellan offentlig och enskild verksamhet kan förmärkas. Å ena sidan har den uppfattningen blivit alltmer utbredd att också enskild näringsverksamhet tjänar samhällliga syften. Den enskilda verksamheten drivs inte sällan i former, som liknar den allmänna verksamhetens, och den fullföljer många gånger väsentligen samma funktioner. Man kan som exempel nämna privata transportföretag, banker, försäkringsbolag och vakttjänstbolag. Å andra sidan konkurrerar stat och kommun i olika former och på mer eller mindre lika villkor alltmer med enskild näringsverksamhet.

Många skäl talar således för att det inte bör dras någon principiell skiljelinje mellan mutor i utövning av näringsverksamhet och mutor såsom medel att påverka allmän verksamhet. Ett exempel på att sådan skiljelinje inte dras i gällande svensk rätt är, att det både i allmänna och enskilda tjänsteförhållanden saknar betydelse för bestickarens och muttagarens ansvar, att den senares arbetsgivare vet om att mutor lämnas eller erbjuds resp. mottas eller begärs. Såsom av redogörelsen för utländsk rätt framgår är detta emellertid inte fallet såvitt gäller privata förhållanden i många utländska lagar. Enligt den norska lagen om otillbörlig konkurrens, den franska Code pénal och den engelska Prevention of Corruption Act är sålunda endast det som sker fördolt för principalen straffbart. I den danska strafflagen är det just den omständigheten att förmånen skall hållas dold för huvudmannen, som konstituerar straffbarheten.

Enligt utredningens uppfattning är en kvarstående principiell skillnad mellan offentlig och enskild verksamhet att det allmänna genom sina tjänstemän ofta utövar en »höghetsfunktion» mot medborgarna, medan tjänstemän i enskild näringsverksamhet i mycket främst tillvaratar sin arbetsgivares intressen i konkurrens med andra näringsidkare. Denna skillnad måste beaktas då ställning skall tas till frågan om det har någon betydelse att förmåner lämnas till anställda mer eller mindre öppet.

En konsekvens av de angivna skillnaderna mellan allmän och enskild verksamhet är att det i offentlig verksamhet aldrig kan tänkas att vetskap hos mottagarens arbetsgivare verkar ansvarsbefriande för givaren och mottagaren av förmåner i och för tjänsten, men att sådan vetskap i enskild verksamhet kan medföra frihet från ansvar. Om och i vad man så skall ske får bero på omständigheterna i det särskilda fallet. Att en arbetsgivare, som

vet om att någon av hans anställda tar mutor, av något vägande skäl saknar möjlighet att ingripa, kan vara en faktor som talar emot ansvarsbefrielse. En svårighet vid bedömningen av frågan om verkan av vetskap är, såvitt gäller näringsverksamhet som drivs av juridiska personer, att avgöra på vilken beslutsnivå vetskapen skall föreligga. Även här får omständigheterna i det särskilda fallet vara avgörande.

Om sålunda redan vetskap hos arbetsgivaren kan verka ansvarsbefriande i enskild verksamhet, gäller detta än mer om uttryckligt samtycke givits av arbetsgivaren. Erinras kan i detta sammanhang om att Näringslivets Opinionsnämnd i de refererade fallen av premiering av detaljhandelsanställda från producenters eller andra tidigare distributionsleds sida — typfall som inte faller under 6 och 7 §§ IKL men väl enligt vad senare skall utvecklas kan falla under utredningens förslag — fäst avgörande vikt vid denna faktor och för godkännande av premieringen krävt att de anställdas arbetsgivare på förhand frivilligt samtyckt till åtgärderna.

Erbjuds eller begärs förmåner från utomstående till anställda helt öppet, kan i privat verksamhet knappast bli fråga om att döma till ansvar. Det ter sig rent av svårt att över huvud taget tala om bestickning eller tagande av muta i dessa fall. Så vitt gäller offentlig verksamhet kan däremot inte ens full öppenhet — om sådan kan tänkas förekomma i praktiken — verka ansvarsbefriande.

Muttagaren och bestickaren samt gärningsändamålet

Enligt utredningens förslag begränsas besticknings- och muttagandepara-grafernas tillämplighetsområde till förhållanden med anknytning till näringslivet på det sättet att i första hand endast bestickning av anställda hos näringsidkare och sådana anställdas tagande av muta kriminaliserats. Även i BrB:s motsvarande stadganden har begränsningen anknutits till mottagarens person. Endast bestickning av offentlig tjänsteman och motsvarande tagande av muta bestraffas enligt BrB.

I 1919 års lagstiftning kriminaliserades inte bestickning och tagande av muta, då det gällde privata tjänare. Önskemål om att dessa skulle dras in under lagen aktualiserades flera gånger under lagens första giltighetstid, bl. a. i en motion till 1931 års riksdag (1931: II: 400). Motionen avlogs av riksdagen på förslag av första lagutskottet, som hänvisade till vad som förekommit vid tillkomsten av lagen och tillade att sedan dess något behov av bestämmelsernas utvidgning inte framträtt i praktiken (L'U 1931: 31). Önskemålet har inte återkommit i anslutning till den nu aktuella lagrevisionen. Anledning saknas enligt utredningens mening att nu utvidga lagstiftningen i här berört hänseende.

I 6 och 7 §§ IKL nämns som muttagare inte bara anställd i näringsverksamhet utan också »eljest vid företag av ekonomisk art eller vid verk, inrättning eller stiftelse anställd person».

Tillägget var betingat främst av att med näringsverksamhet enligt IKL förstås varje huvudsakligen på ekonomisk vinst för dess utövare riktad yrkesmässig verksamhet och att med denna definition anställd i näringsverksamhet i detta sammanhang befanns för snävt. I utredningens förslag liksom i andra moderna lagar på näringslivets område avses med näringsverksamhet yrkesmässigt bedriven verksamhet av ekonomisk art. Med denna definition erfordras inte något tillägg rörande med näringsverksamhet jämställd verksamhet.

Kravet på omutlighet bör enligt utredningens mening ställas såväl på anställda hos näringsidkare som på dem vilka fullgör uppdrag för näringsidkare. Både i besticknings- och muttagandeparagrafen nämns därför i utredningens förslag jämte anställd hos näringsidkare även den som fullgör uppdrag för näringsidkare.

Gärningsändamålet i 6 och 7 §§ IKL är att vid avtal om inköp av varor eller utförande av arbete eller tagande av försäkring för dens räkning, hos vilken muttagaren är anställd, åt någon skaffa företråde framför annan eller att underlåta framställa anmärkning i fråga om fullgörande av sådant avtal. Lämpligheten av denna begränsning, som inte kan sägas vara egentligen motiverad i förarbetena, ifrågasattes redan under riksdagsbehandlingen 1919.

Lagligt ingripande är sålunda för närvarande möjligt endast i de fallen då avsikten är att givaren eller någon annan skall få företråde framför annan då det gäller att sälja varor, utföra arbete eller teckna försäkring. Däremot går såväl givaren som mottagaren fria, om avsikten är att givaren eller någon annan skall få företråde framför annan då det gäller att köpa varor, få ett arbete utfört eller få en försäkring tecknad. Denna motsättning har kritiserats i samband med utredningens rundfråga. Som exempel på det olämpliga i gällande lags begränsning har omnämnts ett fall, då en anställd mottagit förmåner till betydande värde för att å sin arbetsgivares vägnar sälja eftertraktade bilar av ett visst märke. Kritiken synes ha fog för sig. De båda formerna av bestickning och tagande av muta är likartade till sin karaktär. Förekomsten av den ena eller den andra torde bero på konjunkturerna eller marknadsläget i varje speciellt fall. I en »köparens marknad» med god tillgång på varor och rikt urval av tjänster är det mest frestande att besticka eller begära muta för att bestickaren skall få avsättning för sina varor eller tjänster. I en »säljarens marknad», exempelvis i tider med handelshinder av olika slag, beträffande produkter, i fråga om vilka efterfrågan överstiger tillgången, eller i situationer med brist på kvalificerad servicepersonal, ökar benägenheten att besticka eller begära muta för att bestickaren skall få det han behöver. I den blivande lagen synes alla dessa former av bestickning och motsvarande former av muttagande böra jämsättas.

Emellertid har utredningen inte funnit skäl att begränsa lagens tillämp-

ning till bestickning, där avsikten är att någon skall få företräde framför annan vid försäljning eller köp av varor eller vid »försäljning» eller »köp» av arbete eller försäkringar samt däremot svarande tagande av muta. Bestickning och tagande av muta, som är inriktad på att någon skall få företräde framför annan vid köp eller försäljning av fast egendom, vid upplåtelse av nyttjanderätt, vid beviljande av krediter och vid anställandet av arbetskraft, är lika förkastlig, liksom också bestickning och tagande av muta som syftar till att skaffa någon en förmån fastän inte flera tävlar om den, alltså då det inte är fråga om att få företräde framför annan. Över huvud taget har utredningen inte funnit anledning att begränsa straffbarheten till bestickning och tagande av muta vid vissa avtalstyper eller vissa typförfaranden. All bestickning och allt tagande av muta inom näringslivet bör enligt utredningens mening behandlas enhetligt.

Gärningsändamålet uttrycks i IKL därmed att förmånen skall vara erbjuden eller given till den anställde för att muta denne att handla på visst sätt resp. begärd eller mottagen för att den anställde därigenom skall låta muta sig att handla på angivet sätt. Det krävs för att ansvar skall inträda således inte bara ett direkt samband mellan förmånen och åtgärden, utan det måste styrkas att förmånen erbjudits, givits, begärts eller mottagits i den avsikten att åtgärden skulle vidtas. Enligt utredningens mening hämmar denna konstruktion lagens effektivitet. I brottsbalksfallen förutsätts för straffansvar endast att mutan lämnas eller erbjuds »för utövning av befattning, varmed ämbetsansvar är förenat» resp. mottas eller begärs av ämbetsmannen »för sin tjänsteutövning». Så långt bör man emellertid enligt utredningens mening inte sträcka sig på det enskilda fältet. Det sambandet bör här finnas mellan förmånen och den presumerade åtgärden att förmånen objektivt sett skall vara ägnad att förmå mottagaren att i tjänsten eller vid uppdragets fullgörande gynna bestickaren eller annan.

Föregående muta och efterföljande belöning

Under förarbetena till IKL diskuterades huruvida — såsom i de finska och engelska lagarna — med muta borde jämföras belöning för redan utförd handling. Patentlagstiftningskommittén framhöll, att man med lagen borde söka förebygga, att en anställd i sitt görande och låtande för sin principals räkning av mutan skulle låta sig påverkas till något otillbörligt förfarande till skada för principalen eller för någon den mutades konkurrent. Hade den anställde redan vidtagit en på honom ankommande åtgärd och som erkänsla mottagit en gåva, kunde — menade kommittén — detta inte ha påverkat hans handlande. Man tillade emellertid att om en sådan belöning i själva verket var avsedd att förmå den anställde till en framtida handling av beskaffenhet, som i kommitténs förslag angavs, var de föreslagna stadgandena tillämpliga; detsamma gällde om gåvor, som var ämnade att utgöra såväl en belöning för en redan vidtagen som lockelse till en blivande

handling av den anställde. Kommittén hyste för sin del inte några farhågor för att underlåtenhet att kriminalisera efterföljande belöning skulle leda till att sådant som till sin verkliga karaktär var mutor skulle undgå ansvar.

I BrB jämsställs föregående muta och efterföljande belöning.

Inför den nu aktuella revisionen av IKL har inte gjorts gällande att behov föreligger att komplettera möjligheterna till ingripande mot föregående bestickning och tagande av muta med motsvarande möjlighet till ingripande mot efterföljande otillbörliga belöningar.

För en sådan komplettering av lagen synes dock kunna åberopas i huvudsak tre skäl. Det första är att det ur principiell och moralisk synpunkt är svårt att försvara att det skall vara straffbart att en anställd eller uppdragstagare lämnas eller erbjuds resp. mottar eller begär en muta, som är ägnad att förmå honom att gynna bestickaren, medan det skall vara strafffritt att den anställde lämnas eller erbjuds resp. mottar eller begär en otillbörlig belöning för att ha gynnat någon. Ett annat skäl är att många, kanske de flesta av alla affärsförbindelser inom näringslivet är mer eller mindre permanenta. Det torde med andra ord mycket ofta vara så att i en otillbörlig belöning tillika ligger en antydning om att »vi kan ha nytta av varandra i framtiden». Det tredje skälet, vilket nära ansluter till det andra, är att det kan vara svårt att mot en invändning, att en viss förmån utgör endast belöning för något i förfluten tid, bevisa att den tillika avser en åtgärd i framtiden. Utredningen föreslår därför att vad som stadgas om mutor och andra otillbörliga förmåner i princip också skall gälla om otillbörliga belöningar. Även här bör huvudmannens vetskap eller samtycke efter omständigheterna verka ansvarsbefriande.

För straffbarhet enligt BrB fordras inget orsakssammanhang mellan belöningen och det sätt på vilket ämbetsmannen utövat sin syssla. Objektiva förutsättningar för tillämpning av stadgandet är endast att belöningen är otillbörlig och att den erbjudits, givits, begärts eller mottagits för tjänsteutövningen. Denna stränghet förklaras av de särskilda anspråk man bör ha på tjänstemän i offentlig tjänst, på önskemålet att skydda själva tjänstens integritet. En motsvarande stränghet synes inte motiverad för tjänstemän och uppdragstagare i enskild näringsverksamhet. Utredningen föreslår därför att kriminaliseringen inskränks till de situationerna att man erbjuder eller ger resp. begär eller mottar en otillbörlig belöning för att mottagaren i tjänsten eller vid uppdragets fullgörande gynnat bestickaren eller annan.

Tillbörliga och otillbörliga förmåner

Gränsen mellan tillåtet och otillåtet i fråga om gåvor och andra förmåner från utomstående till anställda och uppdragstagare i näringsverksamhet är vanskelig att ange i generella termer. För det praktiska handlandet i kontakterna med statstjänstemän ges rekommendationer i mutkatekesen, som också bör kunna ge värdefull vägledning för förhållandet till tjänstemän i näringslivet.

Uppfattningen om vad som är tillbörligt i fråga om gåvor och förmåner växlar i viss mån från tid till annan och från bransch till bransch. På det offentliga området har skett en skärpning. Mycket som tidigare accepterades, särskilt i fråga om efterföljande belöningar, godtas inte numera. En motsvarande utveckling finns på det enskilda området. Med den växande insikten om näringsverksamhetens samhällsekonomiska betydelse och sociala ansvar har kraven på omutlighet hos anställda hos näringsidkare och konsulter och andra som verkar på andras uppdrag blivit starkare.

I utredningens lagförslag anges gränsen mellan tillbörligt och otillbörligt med orden muta, otillbörlig förmån och otillbörlig belöning. Tolkningen av dessa termer kan vara en annan än på den offentliga sektorn. Ett moment av öppenhet kan verka ansvarsbefriande på den enskilda sektorn. En viss hänsyn får också tas till om förmånen är ägnad att förmå mottagaren att handla med eller mot sin huvudmans intresse. Avgörande blir vad som vid en totalbedömning enligt »livets regel» uppfattas som muta.

Specialmotivering till 5 §

5 § i utredningens förslag handlar om bestickning och tagande av muta eller av otillbörlig belöning i näringsverksamhet. I rubriken nämns för korthets skull bara bestickning i näringsverksamhet m. m.

Första stycket behandlar bestickning i näringsverksamhet. Det stadgas att till den som är anställd hos eller fullgör uppdrag för näringsidkare får man ej lämna, utlova eller erbjuda muta eller annan otillbörlig förmån, som är ägnad att förmå mottagaren att i tjänsten eller vid uppdragets fullgörande gynna bestickaren eller annan.

Andra stycket behandlar tagande av muta i näringsverksamhet och är helt parallellt till första stycket. Det stadgas sålunda att den som är anställd hos eller fullgör uppdrag för näringsidkare inte får mottaga, låta åt sig utlova eller begära muta eller annan otillbörlig förmån, som är ägnad att förmå honom att i tjänsten eller vid uppdragets fullgörande gynna bestickaren eller annan.

Enligt tredje stycket äger bestämmelserna i första och andra styckena motsvarande tillämpning på otillbörlig belöning för att mottagaren i tjänsten eller vid uppdragets fullgörande gynnat bestickaren eller annan.

Om påföljder för överträdelse av 5 § och om förverkande av muta, se kap. IX med specialmotivering till 7—9 §§ och 13 §.

Ingen särskild kvalifikation är knuten till *bestickarens* person. Var och en som under i paragrafen angivna omständigheter besticker någon som är anställd i näringsverksamhet eller fullgör uppdrag för näringsidkare är sålunda förfallen till ansvar. Paragrafen gör ingen skillnad mellan det fallet att en näringsidkare besticker för att få köpa eller sälja eller uppnå någon

annan fördel i konkurrensen och det fallet att en privatperson besticker för att få motsvarande förmån. Att besticka en hos annan anställd bilreparatör för att få sin bil behandlad i förtur är lika klandervärdt vare sig det rör sig om en privatbil eller en firmabil.

För att paragrafen skall bli tillämplig måste den *bestuckne* vara *anställd hos eller fullgöra uppdrag för näringsidkare*. Med näringsidkare avses här liksom i övrigt i detta lagförslag och moderna lagar på näringsrättens område envar som yrkesmässigt bedriver verksamhet av ekonomisk art. Angående den närmare innebörden härav hänvisas till specialmotiveringen till 2 §. Vad som förstås med anställd eller uppdragstagare i denna lag har utvecklats i specialmotiveringarna till 2 §, till vilken hänvisas.

Är den bestuckne ämbets- eller tjänsteman hos stat eller kommun, bestraffas bestickningen i 17 kap. 7 § BrB. Nu förevarande paragraf kan däremot inte bli tillämplig enligt uttryckligt stadgande i 7 § tredje stycket i utredningens förslag.

Den brottsliga handlingen är att *lämna, utlova* eller *erbjuda* muta eller annan otillbörlig förmån. Helt jämställt med det fullbordade överlämnandet av mutan är således redan att utlova eller erbjuda en muta.

Mutan är typiskt pengar eller någon annan ekonomisk förmån, såsom — för att använda klassificeringen i mutkatekesen — rabatter, gåvor, gästfrihet, lån, borgensförbindelser och liknande, eller andra förmåner, såsom resekostnader, specialutbildning eller dylikt. Men även sådant som inte kan skattas till något ekonomiskt värde, såsom tillfredsställande av någons fåfänga eller njutningslystnad, kan betraktas som muta. För att detta skall vara helt tydligt talas i förslaget inte bara om muta utan också om *annan otillbörlig förmån*. Förmånen behöver inte tillkomma mottagaren själv utan kan även avse exempelvis någon honom närstående.

Uppenbart är att allt i form av förmåner, som lämnas, utlovas eller erbjuds till anställda eller uppdragstagare inte utan vidare kan utdömas som otillbörligt. Drickspengar, säsongmässiga gåvor av ringa värde, uppvaktningar i rimlig omfattning vid personliga bemärkelsedagar, enklare måltider vid affärsuppgörelser och dylikt torde normalt inte kunna klandras. Som tidigare nämnts ger »mutkatekesen» viss vägledning för det praktiska handlandet. Utöver vad där anförs om förmånerna som sådana måste också beaktas andra faktorer såsom kutym i branschen, parternas inbördes förhållande till varandra (släktskap, personlig vänskap och umgänge mellan familjerna o. dyl.), huruvida förmånen rimligen kan anses som ersättning för speciellt arbete åt givaren, som mottagaren varit behörig att utföra m. m. I sista hand kan gränsen mellan tillbörligt och otillbörligt fastställas endast vid en allsidig granskning av varje under prövning kommande individuellt fall för sig.

Generellt sett torde man inte böra helt jämställa förhållandena på den enskilda sektorn med förhållandena på den offentliga sektorn. I avsnittet

om skillnader mellan offentlig och enskild verksamhet har detta närmare utvecklat. En följd av skillnaderna är att huvudmannens vetskap eller samtycke saknar intresse i det förra fallet men normalt efter omständigheterna får tillerkännas betydelse i det senare fallet. En annan följd är att man får vara något mindre sträng vid bedömningen av förmåner till anställda i enskild tjänst än till anställda i offentlig tjänst. Gottgörelser av skilda slag är vanligare inom näringslivet än inom förvaltningen. Ett utbrett drickspenningssystem finns inom många enskilda branscher, medan det numera anses inkorrekt av en offentlig befattningshavare att motta eller begära drickspengar.

I ett speciellt avseende har i kommentaren till »mutkatekesen» påpekats en skillnad mellan de båda sektorerna. Då man bedömer om gästfrihet bör mottas — sägs det — framträder med särskild tydlighet skillnaden mellan å ena sidan förbindelser mellan representanter för privata företag och å andra sidan de kontakter en statlig tjänsteman knyter med representanter för privat företag eller enskild; den ömsesidighet i utöandet av gästfrihet som med disponerande av företagets medel i allmänhet kan påräknas i det förra fallet, saknar i stort sett motsvarighet i det senare.

Mutan eller den otillbörliga förmånen skall vara *ägnad att förmå mottagaren att i tjänsten eller vid uppdragets fullgörande gynna bestickaren eller annan*. Detta uttryck är närmast att uppfatta såsom en närmare utveckling av vad som redan ligger i »muta» men inte utan vidare i »otillbörlig förmån». Någon bestämd avsikt med mutan behöver således inte styrkas, det räcker att den objektivt sett är ägnad att ha den angivna effekten. Huruvida denna effekt är förenlig med eller står i strid mot mottagarens huvudmans intressen får vägas in i bedömningen av om gåvan eller förmånen skall anses som muta eller ej.

Andra stycket i 5 § behandlar tagande av muta i näringsverksamhet. *Muttagaren* är beskriven på samma sätt som den bestuckne i första stycket. Stadgandet gäller alltså envar som är anställd hos eller fullgör uppdrag för näringsidkare.

Det straffbara förfarandet i andra stycket är att *mottaga, låta åt sig utlova* eller *begära* muta eller annan otillbörlig förmån. Orden svarar helt mot första styckets lämna, utlova eller erbjuda. Även andra stycket har förtydligats därmed att mutan eller den otillbörliga förmånen skall vara ägnad att förmå vederbörande att i tjänsten eller vid uppdragets fullgörande gynna bestickaren eller annan.

Enligt tredje stycket i förslaget är det även straffbart att till den som är anställd hos eller fullgör uppdrag för näringsidkare lämna, utlova eller erbjuda otillbörlig belöning för att mottagaren i tjänsten eller vid uppdragets fullgörande gynnat bestickaren eller annan. Likaså är den anställda eller

uppdragstagare som under angivna förutsättning begär, låter åt sig utlova eller mottar otillbörlig belöning förfallen till ansvar.

Endast *otillbörliga* belöningar faller under det straffbara området. Otillbörliga är belöningar som är jämförbara med mutor och andra otillbörliga förmåner. Härom hänvisas till det föregående.

I fråga om offentliga tjänstemän framhålles i kommentaren till 17 kap. 7 § BrB att själva tjänstens beskaffenhet har betydelse vid bedömning av vad som skall anses tillåtet. Lika naturligt — sägs det — som det för närvarande anses att en präst erhåller någon obetydlig minnesgåva av en årgång konfirmander, lika otillbörligt skulle det te sig om en domare mottog gåvor, större eller mindre, av dem som har rättegångar inför honom. På samma sätt torde det vara en gradskillnad mellan olika anställda och uppdragstagare på den enskilda sektorn beroende på befattning eller uppdrag.

För att tredje stycket skall vara tillämpligt fordras ett direkt orsakssammanhang mellan den otillbörliga belöningen och mottagarens åtgärd att gynna bestickaren eller annan.

Såsom tidigare i olika sammanhang betonats skall straffbarhet — i olikhet med vad som är fallet vid tillämpning av 17 kap. 7 § eller 20 kap. 2 § BrB — efter omständigheterna inte inträda om huvudmannen vet om eller samtyckt till att den anställde eller uppdragstagaren tar emot en belöning.

Utredningens förslag omfattar i princip även de indirekta fallen av bestickning och tagande av muta, alltså de av Näringslivets Opinionsnämnd bedömda »premieringsfallen». Skillnaden mellan gällande lags fall och »premieringsfallen» är ju den att i IKL:s fall är mottagaren inköpare och avsikten att få företräde vid leverans av varor, medan i »premieringsfallen» mottagaren är försäljare och avsikten att stimulera försäljningen för att nå den indirekta förmånen av leverans av varor. Som tidigare påpekats torde »premieringsfallen» typiskt sett ofta ske öppet för att nå effekt. Föreligger dessutom i förväg avgivna, frivilliga samtycken från de anställdas arbetsgivare är förfarandena från nu ifrågavarande synpunkt helt korrekta. Redan öppenheten i förfarandet befriar här från ansvar. Men vidtas premieringsåtgärder bakom ryggen på mottagarens arbetsgivare eller huvudman skall de enligt förslaget bedömas efter samma normer som annan bestickning och annat tagande av muta.

De övriga nordiska förslagen

Det danska lagförslaget innehåller ingen motsvarighet till 5 § i det svenska förslaget. Anledningen härtill är att man inte funnit erforderligt med någon bestämmelse utöver den i redogörelsen för gällande rätt i vissa länder nämnda strafflagbestämmelsen i fråga om den som »ved varetagelse af en andens formueanliggender for sig selv eller andre af trediemand modtager, fordrer

eller lader sig tillsige en formuefordel, hvis modtagelse skal holdes skjult for den, hvis anliggende modtageren varetager, såvel som den, der yder, lover eller tilbyder sådan fordel».

I de finska och norska förslagen däremot finns stadganden i ämnet, i det finska förslaget under rubriken bestickning i näringsverksamhet m. m. och i det norska under rubriken »gaver og lignende til næringsdrivendes underordnade (bestikkelse)». Det finska förslaget är likalydande med det svenska.

Enligt det norska förslagets första stycke är det förbjudet att erbjuda eller ge gåva eller annan fördel till en som är anställd hos en näringsidkare eller uppträder på hans vägnar »når det skjer uten at denne vet om det, og gaven eller fordelene er bestemt til og egnet til å skaffe giveren eller noen han vil tilgodese, ugrunnet fortrinn under utførelse av tjeneste eller ved omsetning av vare eller annen ytelse».

Andra stycket i det norska förslaget stadgar förbud för den som är anställd hos en näringsidkare eller uppträder på hans vägnar »å kreve eller motta gave eller annen fordel eller løfte herom» under förhållanden som nämns i första stycket.

Enligt det norska förslagets tredje stycke får bestämmelserna i första och andra styckena motsvarande användning på den som ger eller mottar en otillbörlig belöning för att ha skaffat en annan »ugrunnet fordel» som nämns i första stycket.

I det norska förslaget anges alltså uttryckligen, i motsats till i det svenska, att ansvar skall inträda endast när gåvan erbjuds eller ges utan att mottagarens huvudman vet om det. Men även enligt det svenska förslaget skall såsom ovan utvecklats vetskapen tillmätas betydelse, nämligen vid tolkningen av »muta», en term som på svenska har sin speciella betydelse men som saknar motsvarighet på norska. Den reella skillnaden mellan de båda förslagen torde alltså vara tämligen ringa i detta hänseende.

KAPITEL VII

ÖVRIGA TYPFALL — FRÅGAN OM GENERALKLAUSUL

Under rubriken otillbörlig konkurrens behandlas i skilda rättssystem åtskil-
liga andra typfall än oriktig eller vilseledande reklam, missbruk av före-
tagshemligheter och tekniska förebilder samt bestickning och tagande av
muta i näringsverksamhet. Utredningen har sökt skaffa sig en överblick
över dessa fall på olika sätt. Den främsta källan har varit professor af Trol-
les på utredningens uppdrag gjorda undersökning av diskutabla säljfräm-
jande metoder, som redovisas i sammandrag i *Bilaga 4*. En del material har
man fått genom rundfrågan. Vidare har man studerat utländska lagar och
rättspraxis samt in- och utländsk opinionsnämndspraxis. Även på andra
vägar har material tillförts utredningen.

Utredningen redovisar nedan ett urval av sådana typfall grupperade
under rubrikerna marknadsföringsmetoder, otillbörlig efterbildning, otill-
börligt utnyttjande av annans renommé och några andra fall. Med urvalet
åsyftas inte fullständighet, men enligt utredningens mening täcker urvalet
de förfaranden, som har eller, såvitt nu kan bedömas, kan få aktualitet i
Sverige.

I anslutning till de skilda grupperna av typfall gör utredningen en rätts-
politisk värdering av dem. Värderingen har till utgångspunkt att en lag-
stiftning mot otillbörlig konkurrens bör ge medel till ingripande mot kon-
kurrensmetoder, som är från moralisk-etisk synpunkt förkastliga. Däremot
har utredningen ansett sig inte böra bedöma metoderna från näringspoli-
tisk, distributionsekonomisk eller distributionsteknisk synpunkt.

I den mån utredningen finner att möjlighet till rättsligt ingripande bör
ges diskuteras hur frågan rättstekniskt bör lösas. Tre möjligheter står
här till buds. Ett alternativ är specialbestämmelser med mer eller mindre
specifikt utformade rekvisit, såsom exempelvis 2 § IKL. Ett annat alternativ
är en generalklausul, byggd på något allmänt utformat rekvisit, exempelvis
god affärssed, inom vars ram mer fritt kan bedömas gränsen mellan till-
börligt och otillbörligt. Ett tredje alternativ är en kombination av dessa
båda rättstekniska lösningar.

Marknadsföringsmetoder

Termen marknadsföringsmetoder brukas här som en samlingsterm för andra förfaranden än reklam, vilka används i avsättningsfrämjande syfte. Förfarandena har hänförs till sex grupper. Den första, metoder som innebär någon form av prestations- eller priskonkurrens, ansluter nära till af Trolles resultatgrupp 1, metoder som i princip innebär någon form av priskonkurrens, *Bilaga 4* s. 368. Den andra gruppen är vilseledande förpackningar. Denna grupp saknar egentlig motsvarighet i af Trolles undersökning. Den tredje gruppen, lotterier och pristävlingar i säljfrämjande syfte, motsvarar af Trolles resultatgrupp 2, pristävlingar som säljfrämjande åtgärd, *Bilaga 4* s. 373. Den fjärde gruppen, utförsäljningar och realisationer, saknar motsvarighet hos af Trolle, jfr *Bilaga 4* s. 359. Den femte gruppen, negativ avtalsbindning, återfinns hos af Trolle under beteckningen överrumpling, *Bilaga 4* s. 379. Den sjätte gruppen, övervältring av prestation, finns också i af Trolles undersökning, *Bilaga 4* s. 380.

Metoder som innebär någon form av prestations- eller priskonkurrens

I marknadsföringen används inte sällan olika typer av *kombinerade utbud*, antingen permanent eller tillfälligt. Utbudet kan ha den formen att två eller flera ungefär likvärdiga varor erbjuds till ett gemensamt pris. Ett par exempel från livsmedelsområdet är »veckopåsar» med olika slags charkuterivaror, beräknade att ungefärligen motsvara ett hushålls veckoförbrukning, eller flera burksoppor till gemensamt pris. Varorna behöver inte ha naturligt samband med varandra. Kombinationen blomsterlökar och bordsur förekommer exempelvis. Kombinationen kan också avse större varor eller varor och tjänster.

En vanligare variant är sådana utbud, där den ena varan framstår som huvudvara och den andra som tilläggsvara. Dessa är oftast tidsbegränsade. Tilläggsvaran betecknas inte sällan som present eller gåva, oaktat priset för den normalt är inkalkylerat i priset för huvudvaran. Tilläggsvarans värde varierar starkt både absolut och i relation till huvudvaran. Det kan exempelvis vara fråga om en liten plastfigur vid köp av tvättmedelspaket, bilradio vid köp av bil, en halv gris vid köp av frysbox, slips vid köp av skjorta. Tilläggsvaran kan ha samband med huvudvaran — rakhvel vid köp av rakblad — eller sakna sådant samband — en stekspade vid köp av diskmedel. I regel är tilläggsvaran avsedd att brukas av samma person som huvudvaran, men den behöver inte vara det. Leksaken i tvättmedelspaketet, exempelvis, är avsedd för barnen. Tilläggsprestationen behöver inte bestå av vara utan kan utgöras av service eller försäkring. Ett exempel på tilläggstjänst är fri shamponering vid köp av klänning.

En särskild typ av kombinationsutbud föreligger då tillägget ges i form

av *rabattmärken*, som berättigar till inköp av andra varor. Denna metod har fått stor utbredning i de anglosaxiska länderna, särskilt Förenta Staterna. Verksamhet med s. k. trading stamps drivs typiskt på det sättet att ett fristående företag utger och till detaljhandeln säljer stamps, varpå dessa lämnas ut till kunderna till antal, som står i relation till inköpets storlek. Systemet kan göras flexibelt så att kunden erhåller relativt sett större antal märken, om han handlar på dagar och tider då kundfrekvensen är låg. Vidare kan exempelvis köp av varor, vars omsättningshastighet man önskar öka, premieras med förhållandevis fler märken. Kunderna klistrar in märkena i särskilda häften, vilka då ett bestämt antal märken samlats presenteras till inlösning i varor i särskilda butiker, som ägs av det märkesutgivande företaget.

För att främja försäljningen av färdigpackade märkesvaror, används ibland erbjudanden om köp av något föremål, exempelvis en »TV-kanna», en elektrisk väckarklocka eller en »weekendväska» till ett pris, som betecknas som fördelaktigt. Förutsättning för ett sådant s. k. *förmånserbjudande* brukar vara att köparna sänder in ett antal flikar av förpackningarna eller ett antal i förpackningarna inneslutna kuponger.

En marknadsföringsmetod av annat slag är *rabattkuponger*, som delas ut till hushållen och berättigar till rabatt vid inköp av en viss märkesvara. Sådana kuponger har i vårt land företrädesvis använts inom den kemisk-tekniska branschen.

I samband med att nya varor införs på marknaden förekommer det att man under en begränsad tid lämnar s. k. *introduktionsrabatt* på varan. Fabrikanter och grossister kan även i övrigt genomföra tidsbegränsade prisnedsättningar i den formen att reduktionen av priset stämplas på varans förpackning.

Särskilt inom livsmedelshandeln förekommer ofta *punktprissättning*, vilket innebär att en viss vara, normalt en märkesvara, under en begränsad tid erbjuds till lågt pris, »veckans specialpris» eller dylikt. Metoden anses kunna ha den effekten att kunderna får ett intryck av att prisnivån i allmänhet är låg i affären i fråga. Den anses också tjäna till att locka in kunder i affären, vilka sedan förmodas köpa även andra varor, oavsett vilken föreställning de har om prisnivån i allmänhet. För metoden används därför ibland beteckningen lockvaruförsäljning e. dyl.

Ytterligare en marknadsföringsmetod, som af Trolle nämner i detta sammanhang, är särskilda *rabatter till intresseföreningar*. Därmed avses särskilda prisförmåner, som lämnas till medlemmar av vissa samköps- eller intresseföreningar eller till personer, tillhörande viss yrkeskategori.

Gällande svensk rätt

Av här nämnda marknadsföringsmetoder har en särbehandlats i svensk lagstiftning. Det gäller tilläggserbjudanden. Därom stadgas under rubriken

obehörigt lämnande eller erbjudande av gåva eller liknande förmån i 2 § IKL.

Den, som vid utövning av detaljhandel utan ersättning eller för särskilt lågt beräknat pris lämnar eller erbjuder viss vara eller i varor inlösbart rabattmärke under förutsättning att köp sker av annat slags vara, straffes, där förfarandet innebär utnyttjande av allmänhetens godtrogenhet, med dagsböter; ersätte ock uppkommen skada.

Den form av otillbörlig konkurrens som här avses benämndes av patentlagstiftningskommittén present- och rabattmärkesystemet. Det karakteristiska för dessa affärsmetoder är enligt kommittén följande. Enligt presentsystemet erhåller kunden, dock vanligen endast vid köp av viss vara eller varor för visst belopp eller under liknande förutsättning, ytterligare någon vara antingen som gåva eller för särskilt lågt beräknat pris. Rabattmärkesystemet i inskränkt mening består däri, att någon till affärsmän inom en eller flera branscher försäljer s. k. rabattmärken, representerande visst värde i pengar. Dessa märken delar affärsmännen ut till sina kunder vid försäljning av varor med rätt för kunderna att, i allmänhet först sedan ett större antal märken samlats, inlösa dem i rabattmärkesaffären, dvs. hos utfärdaren av märkena, mot en eller flera varor till det belopp rabattmärkena sammanlagt representerar. Någon affärsverksamhet utöver den nämnda driver utfärdaren av rabattmärkena vanligen inte. Presentsystemet och rabattmärkesystemet, detta senare ord taget i mera vidsträckt bemärkelse, kan understundom sammanfalla. Så är förhållandet, om någon vid försäljning av varor i sin affär utlämnar av honom utfärdade rabattmärken, som han själv inlöser med varor (1915 års betänkande, s. 228).

Vad kommittén kallar rabattmärkesystemet i inskränkt mening motsvarar tydligen den vanligaste formen av verksamhet med trading stamps.

Enbart i pengar utfäst rabatt, antingen den lämnas omedelbart eller först sedan varor inköpts för visst belopp, faller ej under stadgandet i 2 § IKL. (1915 års betänkande s. 240.) Att lämna eller erbjuda en tilläggsvara av samma slag som huvudvaran är inte heller förbjudet. Kommitténs majoritet hade visserligen föreslagit förbud mot varje s. k. gåva, även om den utgick i samma varusort som den saluförda. En minoritet fann emellertid detta vara att gå för långt och anförde därvid det exemplet att om någon vid köp av tre halsdukar till ett pris av en krona stycket gratis erhöll ytterligare en halsduk, syntes det ej verka mera lockande än om han vid köp av fyra halsdukar till samma styckepris erhöll 25 % rabatt (1915 års betänkande, s. 506). Departementschefen delade reservanternas uppfattning (prop. 1931: 175 s. 35).

I fråga om rabattmärken är stadgandet att tolka så att förbudet skall gälla, om rabattmärkena är inlösbara i varor, som inte uteslutande är av det slag köpet avsett, men däremot inte gälla, om rabattmärkena är inlösbara i varor eller pengar efter köparens val (prop. 1931: 175 s. 35 och 53).

En förutsättning för stadgandets tillämpning är alltså att köp sker av annat slags vara än tilläggsvaran. Häri ingår olika situationer, såsom att köp sker av viss vara, av varor till viss myckenhet eller för visst belopp eller under annan därmed jämförlig förutsättning, t. ex. att tilläggsvaran kommer den till godo, som under viss tid gjort de största uppköpen i ifrågavarande affär. Ett bortskänkande av reklamartiklar utan något som helst köptvång faller däremot utanför stadgandet (1915 års betänkande s. 240).

Att det för tillämpning av 2 § förutsätts att köp sker av vara medför, att utfästelse av tilläggsvaror inom servicenäringarna över huvud inte berörs av stadgandet.

Förbudet är tillämpligt endast på detaljhandel. Om en fabrikant eller grossist säljer direkt till allmänheten, anses han emellertid bedriva detaljhandel. Lämnar eller utlovar han presenter vid köp av hans varor hos detaljhandlarna, är stadgandet också tillämpligt på honom. Använder han sig vid försäljning genom detaljhandlarna av dessa som mellanhand vid lämnande eller utlovande av presenter i hans namn, kan eventuellt såväl den ene som den andre bli ansvarig, antingen såsom gärningsman eller såsom delaktig (prop. 1931: 175 s. 36). Enligt förarbetena skall alltså vid 2 § — i motsats till vad som är förhållandet vid 1 § — de allmänna medverkansreglerna i BrB vara tillämpliga.

Den förutsättningen för stadgandets tillämplighet, att förfarandet skall innebära ett utnyttjande av allmänhetens godtrogenhet, fanns inte med i kommitténs förslag. Rekvisitet i fråga föreslogs — i något annan utformning — vid remissen till lagrådet av departementschefen, som därvid anförde i huvudsak följande. Genom kommitténs förslag skulle lagen även komma att förbjuda ett presentgivande i fall, där något uppskörtande av allmänheten inte förelåg utan tvärtom en verklig förmån erbjöds kunderna. Det gällde att på ett sakligt sätt uppdraga gränsen mellan å ena sidan den otillbörliga och å andra sidan den lojala men för andra besvärande konkurrensen. Visserligen kunde vissa svårigheter uppstå vid den praktiska tillämpningen av departementsförslaget, men nämnda olägenhet var mindre än den, som skulle vidlåda en bestämmelse, varigenom det blev förbjudet att lämna presenter, även där det var till fördel för allmänheten (prop. 1931: 175 s. 32).

Lagrådet avstyrkte det av departementschefen föreslagna tillägget med i huvudsak den motiveringen, att i stort sett någon verklig förmån ej bereddes allmänheten genom presentsystemet, att det med hänsyn till allmänhetens intresse därför syntes saknas skäl att införa ifrågavarande begränsning, att presentsystemet, som i sig självt var onaturligt och stridande mot sunda affärsprinciper, måste verka i hög grad menligt på den lojala handeln samt att det därför var förklarligt att köpmännen önskade ett ingripande utan denna begränsning (prop. 1931: 175 s. 53).

Departementschefen höll fast vid sin uppfattning och framhöll på nytt

att det, liksom vid andra former av konkurrens, gällde att väl skilja mellan osund sådan och en allenast besvärande. Departementschefen framhöll även att allmänheten understundom, exempelvis då i marknaden utfördes en ny artikel eller då eljest skarp konkurrens igångsattes, genom presentsystemet kunde erbjudas verkliga förmåner (prop. 1931: 175 s. 59).

Första lagutskottet hemställde att orden »där förfarandet innebär utnyttjande av allmänhetens godtrogenhet» skulle utgå ur förslaget (L¹U 31 s. 14) men riksdagen antog departementschefens förslag oförändrat.

Påföljd för överträdelse av 2 § IKL är dagsböter. Brott mot paragrafen medför skyldighet att betala skadestånd, dock här liksom eljest i IKL inte till konsument utan bara till konkurrent.

Brott mot 2 § hör enligt 11 § sista stycket under allmänt åtal. Subsidiär åtalsrätt har enligt 11 § första stycket 1) varje näringsidkare inom samma eller likartad bransch samt varje sammanslutning för främjande av yrkesintressen, om sådana näringsidkare är företrädna inom sammanslutningen och denna äger att kära inför domstol.

Vid ett par tillfällen under 1930-talet har högsta domstolen dömt till ansvar enligt 2 § IKL.

En direktör åtalades för att han vid försäljning av kaffe från en honom tillhörig detaljaffär i Hälsingborg till köparna utan ersättning lämnat en handduk, en leksaksbil eller en kastrull. Direktören bestred åtalet under påstående att vad som såldes var en viss kvantitet kaffe jämte något annat i hemmen användbart nyttighetsföremål, vilket inte lämnades utan ersättning. Underrätt fann direktören övertygad om att vid utövning av detaljhandel ha utan ersättning åt köpare av kaffe erbjudit varor av annat slag. Förfarandet ansågs med hänsyn till omständigheterna innebära utnyttjande av allmänhetens godtrogenhet. Direktören dömdes därför till dagsböter. Domen fastställdes i hovrätt och högsta domstolen (NJA 1935 s. 686).

Samme direktör åtalades ånyo för att han från sin butik i Halmstad till allmänheten försålt kaffe förpackat, förutom i vanliga papperspåsar, i hopsydd linnehanddukar eller i leksaksbilar, kastruller och dylikt. Direktören bestred även denna gång åtalet under påstående att föremålen inte lämnats till allmänheten utan ersättning eller för särskilt lågt pris. Han upplyste om att han, efter det åtalet i Hälsingborg anställdes, låtit i alla sina affärer upphänga iögonenfallande skyltar, enligt vilkas text vissa mängder kaffe såldes jämte närmare angivna föremål för tillsammans vissa priser. Högsta domstolen fann att direktören vid utövning av detaljhandeln med kaffe i Halmstad till den som köpte kaffe av en viss blandning lämnat vara av annat slag, därvid ett gemensamt pris var åsatt kaffet och den åtföljande varan, samt att priset för sistnämnda vara beräknats särskilt lågt. Då förfarandet måste anses innebära utnyttjande av allmänhetens godtrogenhet dömdes direktören till dagsböter (NJA 1937 s. 154).

Såvitt utredningen känner till tillämpas 2 § IKL aldrig numera.

Gällande rätt i övriga nordiska länder samt i Tyskland och England

I *dansk* och *norsk* rätt finns särskilda straffsanktionerade lagregler om »gåvor» i samband med varuomsättningen i detaljhandeln. För sådan »gåva» finns i danska och norska språken ett särskilt ord, tilgift.

Den *finska* lagen innehåller inte någon motsvarande bestämmelse.

I *Tyskland* antogs i början av 1930-talet en Zugabeverordnung, som noggrant reglerar bruket av »gåvor», s. k. Zugaben. Även bruket av rabatter är reglerat genom en Rabattgesetz. Sanktioner mot överträdelse är förbud och straff. Ämnesområdet behandlas ofta i tysk juridisk litteratur under samlingsrubriken Zugabe- und Rabattrecht.

I *England* gäller sedan 1965 en särskild Trading Stamps Act, som reglerar användningen av vissa trading stamps.

Termerna tilgift och Zugabe är inte definierade i de danska, norska och tyska lagarna, men med ledning av lagmotiv och rättspraxis kan man ange termernas allmänna innehåll. Med tilgift förstås i *dansk* rätt, att vid försäljning av varor till eller utförande av arbete mot betalning åt förbrukare utan särskilt vederlag lämnas en annan vara eller prestation. Även själva tilläggsvaran eller tilläggsprestationen benämns tilgift. I *norsk* rätt menar man med tilgift en vara eller något annat, som ges till konsument under förutsättning av varuköp. En Zugabe i *tysk* rätt kan bestå av en vara eller en prestation. Karakteristiskt för Zugaben är att de utgör ett tillägg till en huvudvara eller en huvudprestation.

Trading stamp definieras i den *engelska* lagen såsom ett märke, vilket avses att levereras till köpare av varor och att vara inlösbart av köparen eller annan hos ett fristående stampsföretag.

Enligt den *danska* lagen är tilgift eller vad som må jämföras därmed förbjudet med mindre tilgiften är av obetydligt värde. Olovlig tilgift föreligger endast då försäljning sker till eller arbetsprestation utförs åt förbrukare. Förbrukare är den som skall använda huvudvaran för eget bruk, oavsett om han är konsument eller näringsidkare. Förbudet gäller oavsett om tilgiften är av samma eller annan art än huvudprestationen. Utanför tilgiftsbegreppet faller penningprestationer av alla slag, bland dem rabatt som frändras priset för huvudprestationen eller ges i form av rabattmärken, som senare efter fritt val kan inlösas i pengar eller varor. Försäljning av två eller flera varor i en gemensam förpackning till ett pris, som ligger lägre än det varorna skulle kosta tillsammans om de såldes var för sig, omfattas endast undantagsvis av tilgiftsförbudet. Förbjudet är det, om en av varorna klart ingår i kombinationen som huvudprestation och priset för den samlade prestationen i huvudsak må antas utgöra betalning för huvudprestationen, medan det blott erläggs en rent symbolisk betalning för övriga prestationer.

Trading stamps faller alltså under tilgiftsförbudet i Danmark under förutsättning att de är inlösbara endast i varor. Det är emellertid inte heller tillåtet att driva verksamhet för försäljning av trading stamps till detaljhandeln, även om märkena är inlösbara, enbart eller alternativt, i pengar. Enligt en särskild bestämmelse i lagen om otillbörlig konkurrens fordras nämligen tillstånd av handelsministeriet för att driva sådan verksamhet, som omfattar förmedling av rabattprestation till förbrukare i form av ra-

batt- eller sparmärken, avstämpling av böcker eller liknande till senare inlösning. Det har upplysts att tillstånd till rabattförmedlande verksamhet hittills aldrig meddelats och inte kan förväntas bli givet.

Den *norska* lagen stadgar att tilgift inte får erbjudas eller ges i detaljhandeln, när det sker under förutsättning att det köps varor av visst slag, i en viss mängd, för ett visst belopp eller liknande. Enligt rådande uppfattning kommer emellertid tilgiftsförbudet till användning, så snart tilläggsvaran eller tilläggs prestationen är avhängig av köp men oavsett om det sätts särskilda krav i fråga om kvantitet, belopp e. dyl. Som tilgift betraktas också den situationen att det för tilläggsvaran beräknas ett särskilt lågt pris. I ordet tilgift ligger att det är fråga om något som presenteras såsom en gåva eller gratis prestation. Kombinationsutbud med lågt pris, där det är klart att prisreduktionen gäller hela kombinationen, bedöms inte såsom tilgift. Något undantag för »gåvor» av ringa värde finns inte.

Rabattmärken, sparmärken och liknande räknas enligt uttryckligt stadgande i den *norska* lagen såsom tilgift. Numera antas emellertid att sådana märken som inlöses i pengar faller utanför tilgiftsförbudet. Detsamma anses också gälla märken, som alternativt kan inlösas i pengar eller varor, i vart fall om prestationerna är likställda till värdet. Däremot faller märken, som endast är inlösbara i varor, dvs. normalfallen av trading stamps, under förbudet.

Den *tyska* lagen förbjuder att man jämte en vara eller en prestation erbjuder en Zugabe (vara eller prestation). En Zugabe föreligger också när för gåvan krävs en ringa, uppenbart skenbar ersättning. Detsamma gäller när till döljande av att Zugabe föreligger en vara eller prestation erbjuds till gemensamt pris med annan vara eller prestation. Från Zugabe-förbudet gäller dock under vissa förutsättningar en serie undantag. Undantagna från förbudet är sålunda som regel reklamföremål av ringa värde, »gåva» till bestämt penningbelopp, »gåva» av en bestämd mängd vara av identiskt samma art som huvudvaran, »gåva» av i handeln sedvanliga tillbehör, »gåva» av vissa kundtidskrifter, »gåva» i form av upplysningar och råd, som har omedelbart samband med huvudvaran, samt »gåva» av vissa försäkringar till tidnings- och tidskriftsprenumeranter.

Fattas något av rekvisiten för tillämpning av specialbestämmelserna mot tilgift och Zugabe i dansk, norsk och tysk rätt kan förfarandet, om det befinns stridande mot god affärssed, förbjudas med stöd av generalklausulerna.

Den *engelska* Trading Stamps Act förbjuder inte trading stamps såsom sådana, men uppställer restriktioner för trading stamps-verksamhet. Vissa formella krav ställs på företaget, som vill utge trading stamps, och ett flertal ordningsföreskrifter gäller i fråga om handhavandet av och annonseringen för trading stamps. Varje märke skall på framsidan ha värdet i pengar tydligt angivet och trading stamps-företaget har att på begäran inlösa märken,

så snart någon presenterar sådana till ett sammanlagt värde av över fem shillings.

De *danska* och *finska* lagarna har dessutom ett stadgande, som förbjuder det s. k. snöbollssystemet. Detta är en försäljningsmetod, som påminner om de s. k. kedjebreven och som innebär att man får köpa en vara till förmanligt pris under förutsättning att man skaffar ett antal andra kunder, vilka i sin tur skall skaffa ytterligare kunder etc.¹

Rundfrågan

I promemorian till utredningens rundfråga redogjordes för viss kritik, som framförts mot 2 § IKL. Det framhölls att det fanns delade meningar om paragrafen borde bibehållas. Bland dem som ville ha kvar paragrafen hade förordats, att den översågs redaktionellt så att därav klart framgick att den avsåg att träffa sådana kombinerade utbud, som genom sin utformning var ägnade att föra allmänheten bakom ljuset beträffande utbudets förmånlighet. Andra hade ifrågasatt en skärpning därhän att alla kombinerade utbud i princip förbjöds med undantag dock för vissa förmåner, exempelvis kontantrabatter, föremål som ökade huvudvarans funktion eller föremål vars värde var så obetydligt i förhållande till huvudvarans att det inte påverkade konsumentens värdering av denna.

I anslutning härtill ställdes tre frågor, nämligen om en bestämmelse mot lämnande av gåva eller liknande förmån borde bibehållas, om en dylik bestämmelse i så fall borde utsträckas även till lämnande av gåva eller liknande förmån i samband med tillhandahållande av tjänster samt om i princip gåvor och liknande förmåner borde förbjudas i samband med tillhandahållande av varor och tjänster i utövning av näringsverksamhet.

Svaren på den första frågan var delade med någon övervikt för dem som ansåg att 2 § IKL borde finnas kvar. Bland dem som förordade paragrafens bibehållande underströks i allmänhet att den borde träffa sådana kombinerade utbud, som genom sin utformning var ägnade att föra allmänheten bakom ljuset rörande utbudets verkliga värde. Även den i promemorian skisserade skärpningen med undantag endast för föremål som ökade huvudvarans funktion m. m., hade sina förespråkare. I ett svar hävdades att bara gåvor av utpräglad reklamkaraktär borde tillåtas. Till stöd för ett slopande av 2 § anfördes att en generalklausul eller en omarbetad bestämmelse mot vilseledande reklam borde vara tillräckligt.

Även på frågan om bestämmelsen borde utsträckas till lämnande av gåva eller liknande förmån i samband med tillhandahållande av tjänster var svaren delade. De flesta svarade utan motivering att så borde ske. Det

¹ Denna försäljningsmetod behandlades också av patentlagstiftningskommittén, som kallade den kedjesystemet. Kommittén avvisade, dock inte enhälligt, förslag om specialstadgande däremot (1915 års betänkande, s. 372 och 524).

framhölls emellertid att det här uppenbarligen förelåg stora svårigheter att göra en lämplig avgränsning. Bland dem som avstyrkte en sådan utsträckning av bestämmelsen framhölls bl. a. att något praktiskt behov därav inte förelåg och att det skulle bli svårt att dra en lämplig gräns mellan tillåtna och otillåtna gåvor. I ett svar hävdades att man genom en generalklausul kunde komma tillrätta med de antagligen mycket få fall, då ett verkligt illojalt förfarande genom lämnande av gåva i samband med tjänst förelåg, i ett annat att vilseledande knappast kunde förekomma om gåvor lämnades i samband med tillhandahållandet av tjänster såsom ren reklam eller på annat sätt.

Tanken att i princip förbjuda gåvor och liknande förmåner i samband med tillhandahållande av varor och tjänster i utövning av näringsverksamhet avvisades i regel. Det framhölls bl. a. att ett förbud skulle drabba även ganska harmlösa förfaranden, att det fanns ett legitimt behov för företagen att vid vissa tillfällen lämna gåvor, t. ex. vid introduktion av en ny vara, och att något generellt förbud mot gåvogivning från grossist till försäljare i senare led ej var motiverat. En organisation fann det i högsta grad oförenligt med principen att en fri konkurrens var den bästa garantin för ekonomiskt framåtskridande att i lagen inta bestämmelser, som begränsade valet av i och för sig legitima konkurrensmedel.

I promemorian nämndes också andra marknadsföringsmetoder, exempelvis rabattkuponger som i mottagarens hand gällde såsom betalningsmedel vid köp av viss märkesvara samt lockvaruförsäljning. De frågor man önskade svar på var om det borde införas ett specialstadgande mot vissa otillbörliga metoder för marknadsföring, om ett stadgande mot lockvaruförsäljning borde intas i lagen eller om det var bättre att hänföra dessa frågor till en generalklausul.

Ett specialstadgande mot vissa marknadsföringsmetoder avstyrktes i regel. De argument som åberopades var, att det fanns många skiftande uppfattningar om vad som var otillbörlig marknadsföring, att metoderna växlade, varför ett specialstadgande snabbt skulle bli föråldrat, att betydande svårigheter förelåg att ange kännemärken för de metoder man önskade inskrida mot, att ett specialstadgande skulle bli stelt och lätt att kringgå, att risk förelåg för förhindrande av nya och eventuellt bättre försäljningsmetoder, att risk fanns för beskärning av aktiv försäljningsverksamhet samt att missbruk borde kunna beivras med stöd av bestämmelsen mot illojal reklam eller av en generalklausul. Det påpekades också att frågan delvis kunde beröra gränsdragningen till konkurrensbegränsningslagen.

I några svar rekommenderades ett stadgande mot marknadsföringsåtgärder, som var ägnade att vilseleda dem till vilka de riktades beträffande anbudets innehåll och konsekvenser eller som var ägnade att rubba förtroendeförhållandet mellan arbetsgivare och anställda i återförsäljarledet. Det ifrågasattes dock i ett svar, om inte vilseledande marknadsföringsmeto-

der kunde förhindras genom en omformulering av stadgandet mot vilseledande reklam.

Frågan om ett stadgande mot lockvaruförsäljning behandlades i några svar. I vissa avstyrktes ett sådant stadgande. Man framhöll att ett utvidgat stadgande mot vilseledande reklam och en generalklausul borde vara tillräckligt. Det påpekades också att risk förelåg att den numera allt vanligare s. k. punktkonkurrensen drabbades på ett oförmånligt sätt. I andra svar förordades en bestämmelse mot lockvaruförsäljning. Man menade att denna fråga hellre borde behandlas i en lag mot otillbörlig konkurrens än i konkurrensbegränsningslagen.

Den meningen fanns också företrädd att syftet att komma tillrätta med otillbörliga marknadsföringsmetoder bättre skulle tillgodoses genom en generalklausul. I några svar uttalades dock tvivel på generalklausulens effektivitet i detta sammanhang.

Från ett håll ifrågasattes om det inte skulle kunna övervägas att införa generella bestämmelser i konkurrensbegränsningslagen så att förfarandet kunde bli föremål för förhandling. Om det befanns uppenbart stridande mot god affärssed och jämväl ur allmänhetens synpunkt olämpligt, kunde man på denna väg se till att det inte vidare kom till användning.

Näringslivets Opinionsnämnd

Opinionsnämnden gjorde 1961 ett principuttalande i fråga om *tilläggserbjudanden* (NOp akt nr 343 och 344/60).¹ Statens konsumentråd hade påtalat två reklamkampanjer för tvättmedel. Konsumentrådet hade gjort gällande bland annat att kampanjerna utformats på ett sådant sätt att huvudvikten lagts inte på själva varan utan på en medföljande s. k. presentartikel och hade hemställt om nämndens yttrande huruvida den påtalade reklamen kunde anses stå i överensstämmelse med god affärssed. Nämnden yttrade inledningsvis.

Vid sin bedömning av de påtalade »presenterbjudandena» — i båda fallen avseende småartiklar av plast bipackade tvättmedelspaket — finner nämnden till en början att Grundregler för god reklam icke innehålla andra anvisningar beträffande »presenterbjudanden» än dem som äro intagna i kapitel I punkt 4. Där tillrådes att särskild försiktighet iakttages i fråga om argumenteringens utformning i reklam som innehåller gåvoerbjudanden och att samtliga villkor för utdelningen av gåvorna klart angivas. Grundreglerna taga således icke avstånd från »presenterbjudanden» såsom sådana.

Emellertid är nämnden icke bunden av Grundreglerna i vidare mån än att nämnden ej läser kunna godtaga ett förfarande som i Grundreglerna stämplas såsom olämpligt eller otillbörligt. Nämnden är sålunda — — — oförhindrad att tillämpa en strängare bedömning än Grundreglerna förutsätta för däri behandlade frågor och nämnden kan också enligt sina stadgar ur synpunkten av god affärssed pröva även sådana konkurrenshandlingar, som ej omfattas av Grund-

¹ Nämnden kallar tillfälliga kopplade utbud för tilläggserbjudanden och permanenta sådana utbud för kombinationsutbud.

reglerna. Grundreglernas karaktär av internationell hederskodex synes emellertid — icke minst mot bakgrunden av de fortgående strävandena att söka skapa enhetliga regler på förevarande område — utgöra ett beaktansvärt skäl för att nämnden i sin bedömning icke frångår den allmänna syn på konkurrensen som kommit till uttryck i Grundreglerna, nämligen att vissa konkurrensformer ej böra fördömas såsom sådana, men att ohederliga eller eljest otillbörliga yttringar av konkurrensen skola motverkas.

Denna inställning synes väl förenlig med den uppfattning om vikten av en fri konkurrens, som är allmänt rådande i Sverige och vilken bland annat kommit till uttryck i statsmakternas åtgärder för att främja konkurrensen inom näringslivet.

Redan av nu anförda skäl synas »presenterbjudanden» icke böra fördömas i och för sig, alltså utan hänsyn till hur erbjudandet i det konkreta fallet kan ha presenterats i reklam eller annan försäljning. Enligt nämndens mening tala också starka sakskalet för denna ståndpunkt. Det kanske tyngst vägande argumentet synes härvidlag vara att »presenterbjudanden» i många fall innebära en verklig förmån för allmänheten. Som exempel kunna nämnas »presenterbjudanden» av varor, vilka direkt öka huvudvarans användbarhet eller ha ett självständigt bruksvärde vid sidan av att utgöra ändamålsenligt emballage samt erbjudanden, vilka avse tjänster (service). — — —

Nämnden finner alltså att ett »presenterbjudande» riktat till allmänheten, vilket anordnas såsom ett led i marknadsföringen av en vara, icke behöver stå i strid mot god affärssed. Emellertid kan ett dylikt »presenterbjudande» genom sin utformning och genom det sätt på vilket det framlagts i reklam eller vid annan försäljning ge anledning till befogade invändningar icke minst ur allmänhetens synpunkt. Nämnden anser därför — — — att varsamhet måste akttagas vid utformningen och genomförandet av »presenterbjudanden» och att en sträng bedömning av »presenterbjudanden» är påkallad.

Härefter granskade nämnden hur erbjudandena i fråga varit utformade och kom till den slutsatsen att de inte kunde anses vilseledande eller eljest otillbörliga och att de följaktligen inte kunde anses stå i strid mot god affärssed.

I senare yttranden har opinionsnämnden även granskat *kombinationsutbud*. Ett av dessa yttranden (NOP akt nr 385/61) avsåg ett reklamblad från en nederländsk handelsträdgård, vari den som köpte en s. k. jubileumskollektion av blomsterlökar erbjöds ett bordsur »alldeles gratis». I yttrandet hänvisade nämnden till det nyss refererade uttalandet om tilläggserbjudanden och tillade.

Vad nämnden sålunda anført rörande tilläggserbjudanden anser nämnden böra äga tillämpning även i fråga om sådana utbud varom i detta ärende är fråga, nämligen kombinationsutbud. Nämnden finner följaktligen att invändningar icke kan riktas mot det förhållandet i och för sig att en säljare erbjuder varor av olika slag eller varor och tjänsteprestationer i ett gemensamt sådant utbud. Emellertid måste — — — en förutsättning för att ett kombinationsutbud skall anses förenligt med god affärssed vara att utbudet redovisas så utförligt att de till vilka det riktas klart uppfattar erbjudandets verkliga innebörd och således ej bibringas en felaktig uppfattning om dess förmånlighet.

I detta fall fann nämnden den angivna förutsättningen brista och för-

dömde följaktligen reklamen för kombinationserbudandet såsom stridande mot Grundregler för god reklam och mot god affärssed.

Anmärkas kan att opinionsnämnden i det sistnämnda fallet och några andra samtidigt avgjorda fall tagit avstånd från användningen av ord såsom »gåva», »gratis» och »present» vid tilläggs- och kombinationserbudanden. Skälen för nämndens ställningstagande var väsentligen två. För det första framhöll man att orden »present» och liknande rent språkligt var att tolka på det sättet att fråga var om något som överläts helt utan vederlag, men att här förvärvaren hade att köpa huvudvaran eller huvudprestationen för att få tilläggsvaran eller tilläggsprestationen. För det andra menade man att orden var starkt suggestiva och lätt kunde bibringa i vart fall okritiska köpare det intrycket att tilläggsvaran eller tilläggsprestationen innefattade en större förmån än vad som verkliga var förhållandet.

Även i fråga om *trading stamps* har opinionsnämnden avgivit ett principuttalande (NOP akt nr 676 och 677/63). En privatperson hade hos nämnden påtalat att två rabattmärkesföretag i reklam och på annat sätt riktat erbjudanden till detaljhandeln att såsom ett konkurrensmedel införa s. k. rabattmärken. Uttalande begärdes dels om märkesföretagens åtgärder kunde anses förenliga med god affärssed dels om användningen av rabattmärken över huvud kunde anses stå i överensstämmelse med god affärssed. Nämnden hade inte någon invändning mot utformningen av de annonser rörande rabattmärken, som företagen låtit införa. Om emellertid de märkesystem erbjudandena avsåg i något hänseende skulle strida mot god affärssed, ansåg nämnden att det också måste vara oförenligt med god affärssed att genom annonsering utbjuda dem till detaljisterna. Annonseringen föranledde således en prövning från synpunkten av god affärssed av uppbyggnaden och den närmare utformningen av märkesystemen. I anslutning härtill anförde nämnden.

För konsumenten innebär rabattmärken — om man bortser från den i [det ena märkesföretagets] märkesystem ingående rätten till kontantinlösen — att hans inköp kommer att avse dels den vara han i första hand avsett att tillhandla sig, dels en rätt att i sinom tid mot rabattmärken hos ett annat försäljningsföretag tillhandla sig en annan vara. Förfarandet kan därför jämföras med kombinationsutbud av flera varor, för vilka kostnaden inkalkylerats i det totala utbudet. En konkurrensåtgärd av detta slag kan — — — ej i och för sig anses stå i strid mot god affärssed, under förutsättning att i det enskilda fallet utbudet redovisas så utförligt att de till vilka det riktas klart uppfattar erbjudandets verkliga innebörd och således ej bibringas en felaktig uppfattning om dess förmånlighet. I den under senare tid livliga allmänna debatten rörande rabattmärken har emellertid såväl inom näringslivet som från konsumenthåll anförts starka betänkligheter mot rabattmärken från skilda utgångspunkter och det har därvid gjorts gällande att detta slag av konkurrensmedel borde motverkas såsom olämpligt för såväl näringslivet som konsumenterna.

Rörande den principiella frågan huruvida användningen av rabattmärken är förenlig med god affärssed vill nämnden understryka att stadgarnas begränsning av området för nämndens prövning till att avse frågan huruvida en konkurrens-

åtgärd strider mot god affärssed medför, att nämnden icke kan ingå på en bedömning huruvida en konkurrensåtgärd är olämplig från distributionstekniska eller distributionsekonomiska synpunkter. Detta förhållande är särskilt viktigt att beakta i förevarande sammanhang, eftersom den starka kritiken mot rabattmärken i stor utsträckning avser just de distributionstekniska och distributionsekonomiska verkningarna av rabattmärken. En sådan inriktning har exempelvis det uttalande den 21 januari 1964, vari Sveriges Grossistförbund, Sveriges Industriförbund och Sveriges Köpmannaförbund bestämt rekommenderat företagen att avstå från att använda märken av det slag, som här benämnes rabattmärken. Väsentligt är vidare att i Grundregler för god reklam viss form av konkurrenshandlingar icke fördömes såsom sådana, men att från affärsetisk synpunkt icke godtagbara yttringar av konkurrensen skall motverkas. Såsom nämnden anfört i tidigare ärenden är en sådan inställning även väl förenlig med den uppfattning om vikten av en fri konkurrens, som är allmänt rådande i Sverige och vilken bland annat kommit till uttryck i statsmakternas åtgärder för att främja konkurrensen inom näringslivet.

Mot bakgrunden av vad sålunda anförts anser nämnden att dess bedömning ej bör avse användningen över huvud taget av rabattmärken — oberoende av hur det enskilda märkesföretaget utformat sitt märkessystem — utan att prövningen i stället bör inriktas på de nu aktuella märkessystemen.

Härefter framförde nämnden vissa allmänna synpunkter på hur rabattmärkessystem borde vara utformade för att kunna godtas. Man framhöll att konsumenten måste ges möjlighet att tillförlitligt bedöma värdet av vad detaljisten erbjuder genom att utdela rabattmärken. Från detaljisternas sida representerade märkena en kostnad, som måste inkalkyleras i varans pris. Konsumenterna förbisåg gärna att rabattmärkena inte var en »gratisförmån» utan en metod att på fullt affärsmässig basis sälja varor. Uppbyggnaden och utformningen av märkessystemen samt reklam och information kring rabattmärkena måste därför göras så att konsumenterna utan svårighet kunde rätt uppfatta systemens verkliga innebörd och därigenom hindrades att få en felaktig uppfattning om deras förmånlighet.

Mot denna bakgrund granskade nämnden de anmälda systemen och kom till följande resultat. I det ena systemet, där möjlighet till kontantinlösen av rabattmärkena inte förelåg, kunde konsumenten inte bilda sig någon föreställning om märkenas värde på annat sätt än genom att söka bedöma värdet av de varor, som märkena enligt en av rabattmärkesföretaget utgiven katalog fick inlösas i. Emellertid var det i det närmaste omöjligt för den genomsnittlige konsumenten att göra en rättvisande sådan värdering på grundval av katalogens innehåll och att därefter med ledning av katalogens uppgift om det antal fullklistrade märkesböcker, som fordrades vid inlösen, framräkna rabattmärkets ungefärliga värde. Vidare kunde katalogens varusortiment komma att mer eller mindre kontinuerligt förändras under den tid märkes-samlandet pågick. Nämnden fann därför att detta märkessystem inte var utformat på ett sådant sätt att allmänheten kunde bilda sig ens en ungefärlig uppfattning rörande rabattmärkeserbjudandets förmånlighet. Därigenom försvårades i motsvarande grad för konsumenten att uppskatta förmånligheten av detaljistens säljerbjudande, såvitt gällde den vara eller de varor kon-

sumenten i första hand avsett att tillhandla sig. I det andra systemet förelåg möjlighet att inlösa fullklistrade märkesböcker i kontanter. Under förutsättning att kontantinlösensalternativet inte gjordes ekonomiskt mindre fördelaktigt för konsumenten än alternativet med inlösen i varor, gav detta otvivelaktigt konsumenten en utgångspunkt vid värderingen såväl av rabattmärkena som av katalogens varor. Emellertid saknade det särskilda rabattmärket uppgift om det penningbelopp märket motsvarade vid kontantinlösen. Vidare angavs inte i katalogen vid varje vara jämsides med uppgiften om det för inlösen erforderliga antalet märkesböcker det penningbelopp som samma antal böcker motsvarade vid kontantinlösen. Inte heller detta system uppfyllde därför enligt nämndens mening rimliga krav på tydlighet och lättförståelighet. Nämnden ansåg följaktligen att båda systemen var utformade på ett sätt som var ägnat att vid en tillämpning i praktiken vilseleda allmänheten. Därför stred de mot anvisningarna i Grundregler för god reklam och mot god affärssed.

En minoritet inom opinionsnämnden anförde i principfrågan i huvudsak följande: Såsom utgångspunkt för bedömningen måste gälla att såväl uppbyggnaden som den närmare utformningen av rabattmärkesystemen skulle vara fullt korrekt. Vidare måste krävas att reklamen och informationen kring rabattmärkena inte presenterades på sådant sätt att allmänheten vilseleddes. En sträng bedömning av presentationen var påkallad. Uppfyllde ett rabattmärkesystem dessa krav, borde det emellertid vara tillåtligt som ett konkurrensmedel bland andra i den fria konkurrensen. Härför talade även den omständigheten att rabattmärkesystemen vid en bedömning från de synpunkter nämnden hade att beakta inte i något avgörande hänseende skilde sig från den sedan gammalt inom detaljhandeln förekommande årsomsättningsrabatten. Upplysningarna om de föreliggande rabattmärkesystemen var enligt minoritetens uppfattning alltför knapphändiga för att en tillförlitlig bedömning av dem skulle kunna ske i dåvarande läge.

Ett fall av påstådd *lockvaruförsäljning* har prövats av opinionsnämnden. Prövningen var föranledd av att en köpman anmält en konsumtionsförening för att den i sin livsmedelsbutik sålt cigaretter med låg marginal (NOP aktnr 279/60).

Nämnden yttrade sig först över sin behörighet och fann att den inte borde upptaga ärendet till prövning i vad det avsåg föreningens kalkylering av priserna på cigaretter. Något uttalande om den ifrågavarande prissättningen i och för sig kunde anses lämpligt avvägd ansåg sig nämnden därför inte böra göra.

Emellertid kunde — fortsatte nämnden — prissättning ingå som ett led i ett företags konkurrensåtgärder under sådana förhållanden att ett ur affäretisk synpunkt klandervärt förfarande kunde anses föreligga; nära till hands låg härvid att tänka på ett sådant fall då viss prissättning i förening

med andra åtgärder framstod som ägnad att vilseleda allmänheten. I dylika situationer ansåg sig nämnden behörig att pröva även förfarandets förenlighet med god affärssed.

Nämnden konstaterade vidare att anmälaren visserligen förklarat att han inte ville göra gällande att föreningen genom den påtalade åtgärden vilselett allmänheten men att han samtidigt uttalat att fråga syntes vara om ett slags lockvaruförsäljning; anmälares uttalande härvidlag syntes närmast böra uppfattas så att föreningen, enligt hans mening, prissatt cigaretterna på ett sådant sätt att dessa faktiskt kom att utgöra ett slags reklam, vilken direkt syftade till att locka kunder till föreningens butik. Nämnden fortsatte.

Vid sin bedömning av föreningens påtalade åtgärd ur affärs-etisk synpunkt finner nämnden att numera, sedan bruttoprissystemet i lag förbjudits, det blivit allt vanligare i detaljhandeln — såväl den privatägda som den konsumentkooperativa — att viss vara eller vissa varor prissätts efter normer, vilka avvika från dem som eljest tillämpas av företaget ifråga. Allmänheten torde också vara väl förtrogen med denna företeelse och uppfatta den som en yttring bland många andra av den skärpta konkurrensen mellan olika detaljhandelsföretag. Med hänsyn härtill finner nämnden att föreningens påtalade prissättning icke rimligen kan antagas ha föranlett kundkretsen att draga några slutsatser om prisnivån för övriga varor i föreningens butik. Vad därefter gäller [anmälares] antydan att föreningen skulle ha handlat otillbörligt ur affäretisk synpunkt genom att använda ett visst varuslag, cigaretter, såsom ett medel att locka kunder till föreningens butik, finner nämnden att ett dylikt förfarande icke kan anses oförenligt med god affärssed såvida icke särskilda omständigheter föreligga, vilka medföra att förfarandet framstår såsom ägnat att vilseleda allmänheten eller eljest såsom ur affäretisk synpunkt klandervärt. Av vad [anmälares] själv anfört synes framgå att han icke ens velat göra gällande att erbjudandet varit vilseledande och såvitt visats ha icke förelegat några särskilda omständigheter i detta fall, vilka föranleda att förfarandet bör bedömas såsom otillbörligt.

En ledamot av nämnden ansåg emellertid att nämnden var behörig att pröva ärendet i dess helhet. Denna ledamot menade att lockvaruförsäljning, dvs. försäljning till priser som inte täckte försäljningskostnaderna, måste anses vilseledande och därför stridande mot god affärssed.

Vilseledande förpackningar

En grupp marknadsföringsmetoder, som livligt diskuterats i Förenta Staterna under senare år är s. k. deceptive packaging (se exempelvis Consumer Reports Juli 1965, s. 342). Förslag har framlagts om en federal lag med ändamål att göra märkesvarors förpackningar vederhäftigare. Sålunda vill man bl. a. införa skyldighet att tydligt och lättläst ange nettoinnehållet på framsidan av förpackningen, förbjuda vissa kvantitetsbeskrivande beteckningar såsom »giant gallon», »big pint» m. fl., förbjuda prisnedstämplingar såsom en integrerande del av etiketten, förbjuda vilseledande illustrationer på förpackningar, fastställa rimliga standardenheter för vikt och kvantitet (för

att få bort förpackningar med $13\frac{5}{8}$ ounce eller $7\frac{10}{13}$ ounce, vilka omöjliggör prisjämförelser), förbjuda förpackningsstorlekar och förpackningsformer, som är ägnade att vilseleda kunder, fastställa standards för andra kvantitetsdeklarationer än nettovikten, exempelvis betydelsen av en portion, samt införa skyldighet att tillfredsställande ange varans ingredienser och sammansättning på framträdande plats på förpackningen.

Näringslivets Opinionsnämnd

Opinionsnämnden har i ett ärende prövat huruvida en chokladkartong till följd av sin utformning var ägnad att vilseleda konsumenten om innehållets kvantitet (NOp 1958 rf. 12). Efter att ha avvisat en invändning att nämnden inte skulle vara behörig att pröva ett ärende av förevarande slag med den motiveringen att chokladkartongen var att anse som ett reklamalster, anförde nämnden.

Vidkommande sedan själva saken ger en granskning av X-kartongen vid handen att kartongens översida och botten äro cirka 275 mm långa och cirka 200 mm breda, samt att bottens innermått äro cirka 275 mm respektive 155 mm. Skillnaden mellan kartongens yttre och inre breddmått — 200 mm, respektive 155 mm — beror på att kartongen är försedd med utifrån osynliga innerväggar, vardera cirka 22 mm breda. Även om de utifrån osynliga väggarna sålunda täcka 20 procent av kartongens bottenyta och detta förhållande i och för sig skulle kunna synas anmärkningsvärt, eftersom kartongens utrymme härigenom blir mindre än det utifrån ter sig, anser dock nämnden att Chokladfabriken genom att på kartongens kortsidor tydligt ange innehållets nettovikt motvägt den felaktiga uppfattning därom, vilken kartongens ytterdimensioner skulle kunnat leda till. Härtill kommer vidare att fabriken enligt nämndens förmenande visat att X-kartongens påtalade utformning i icke ringa grad betingats av önskvärheten att tillskapa en så ändamålsenlig förpackning som möjligt med hänsyn till varans ömtåliga beskaffenhet och gällande varuskattebestämmelser.

På grund av vad sålunda anförts fann nämnden att den påtalade förpackningen inte utformats på ett sätt som kunde anses stå i strid mot god affärssed.

I ett annat ärende har opinionsnämnden prövat om det i ett visst fall var förenligt med god affärssed att saluföra hudkräm i en burk med dubbla väggar (NOp aktnr 995/65). Inledningsvis anförde nämnden att en konsumentförpacknings utformning är resultatet av en mångfald skilda överväganden. Förpackningen skall vara så utformad att varans inpackning blir så litet kostsam som möjligt. Förpackningen skall skydda varan under hela distributionsförloppet, medge ekonomisk transport och underlätta distributionen i senare försäljningsled. Förpackningen skall vidare tillgodose konsumenternas krav på lätthanterlighet och ändamålsenlighet vid användandet. Eftersom förpackningen utvecklats till att bli ett av de viktigaste associationsmedlen mellan producent eller annan märkeshavare och konsument skall den också vara lätt att identifiera och i förekommande

fall skall den förmedla erforderlig information om varan och dess egenskaper m. m. När det gällde konsumentförpackningar för varor inom den kemisk-tekniska branschen och på livsmedelsområdet antog nämnden att köpare i gemen kunde vara benägna att dra vissa slutsatser från förpackningens yttre mått beträffande innehållets mått och vikt. Som en allmän princip borde därför på detta område enligt nämndens mening gälla, att förpackningarna inte fick ges större yttermått än vad som betingades av tekniska och ekonomiska överväganden av nyss angivna slag. Efter dessa uttalanden av mer allmän art anförde nämnden.

Av utredningen framgår att burkförpackningar för hudkrämer, vilka tidigare vanligen var gjorda i glas eller porslin, numera oftast är tillverkade i plast och består av ett ytterhölje och ett innerhölje med visst tomrum mellan höljena. Enligt vad nämnden erfarit anses bland sakkunniga denna typ av plastburk erbjuda betydande fördelar inom detta användningsområde; särskilt har framhållits att innerhöljet kan ges en lämplig utformning utan att därmed friheten att gestalta burkens yttre på ett från estetiska och kommersiella synpunkter ändamålsenligt sätt beskärs samt att risken för läckage minskas. Nämnden anser, bland annat mot denna bakgrund, att det icke rimligen kan komma ifråga att under hänvisning till de ovan redovisade allmänna övervägandena fördöma bruket av dubbelväggade burkar. Däremot är det angeläget, att skillnaden mellan yttre och inre mått hos sådana burkar ej göres nämnvärt större än vad förpackningstekniska och andra jämförliga hänsyn kräver. Den omständigheten, att på förpackningen angivits vikt- eller volyminnehåll bör ej föranleda att avsteg från denna princip utan vidare godtages.

Den i ärendet påtalade burken är försedd med en utifrån osynlig innerhylsa, vars volym uppgår till något över 70 procent av burkens. Burkar av detta slag är, som nämnden anför, i och för sig ägnade att bibringa köparen en felaktig uppfattning om innehållets nettovikt och nettovolym. Emellertid ger utredningen — — — vid handen att burkförpackade hudkrämer i stor utsträckning tillhandahållas i förpackningar av påtalad typ. Detta ger nämnden anledning förmoda, att många köpare av hudkräm numera är medvetna om, att de icke kan bedöma innehållets vikt eller volym efter förpackningens storlek. En annan omständighet, som här icke kan fränkännas betydelse, är att den som köper hudkräm i de högre prisklasserna — — — sannolikt icke fäster avgörande vikt vid hur stor kvantitet kräm som ingår i förpackningen. Risken för att köpare vilseledes av burkens konstruktion får alltså i detta fall bedömas vara förhållandevis begränsad. Trots att den påtalade burken uppvisar en skillnad mellan ytterhöljets och innerhöljets volym av inemot 30 procent, finner sig nämnden, om än med tvekan, därför icke böra rikta någon direkt anmärkning mot själva burken.

Emellertid betonade nämnden att det framstod som ett viktigt principiellt krav från konsumentsynpunkt att en förpackning med dubbla väggar var försedd med en otvetydig samt för allmänheten lätt iakttagbar och lättförståelig uppgift om nettoinnehållet. Då vederbörande företagare salufört burkarna utan att detta krav var uppfyllt, fann nämnden att han inte handlat i överensstämmelse med vad som vid en bedömning från såväl allmänhetens som näringslivets synpunkt borde betecknas som god affärssed.

Lotterier och pristävlingar i säljfrämjande syfte

Lotterier för allmänheten i säljfrämjande syfte är inte tillåtna i Sverige, eftersom de, som strax närmare skall redovisas, faller under det allmänna tillståndstvånget i lotteriförordningen den 19 maj 1939 och tillstånd till sådana lotterier i praxis aldrig beviljas.

En marknadsföringsmetod, som vunnit stor utbredning på senare tid, är däremot pristävlingar. Professor af Trolle skiljer i sin undersökning mellan pristävlingar bland konsumenter och pristävlingar bland anställda hos återförsäljare. Förutsättning för deltagande i konsumentpristävling är ofta att viss märkesvara inköps, men även tävlingar som inte är förenade med köptvång förekommer. Pristävlingar bland försäljare avser att stimulera dessas intresse för och ansträngningar vid försäljning av viss vara.

Pristävlingar bland anställda hos återförsäljare kan, liksom annan premiering av anställda, vara ägnade att störa förtroendeförhållandet mellan dessa och deras arbetsgivare. Denna aspekt på ämnet är behandlad i kap. VI om bestickning i näringsverksamhet m. m., till vilket hänvisas.

Eftersom det inte är möjligt att använda lotterier i säljverksamhet, används understundom i stället i samband med marknadsföringen av märkesvaror »gratisutdelning» av föremål, exempelvis tält, badmadrasser eller papplyer. I regel anmodas köparen att fylla i en kupong, som finns på förpackningen, med namn, adress och eventuellt andra uppgifter och sända in denna till producenten eller generalagenten för varan. Föremålen utdelas därefter bland de personer, som sänt in kuponger, efter en på förhand uppgjord plan. En sådan plan kan syfta till att få en ungefär jämn spridning av föremålen över hela landet. Detta kan åstadkommas genom att landet delas upp i distrikt som tilldelas ett antal »gåvor» efter befolkningstäthet. Inom varje distrikt utväljes såsom »gåvomottagare» i första hand någon viss kategori, exempelvis husmödrar i familjer av viss storlek, barn i vissa åldrar eller vissa yrkesutövare. Ofta tillfogas i villkoren för utdelningen att tilldelningen i tveksamma fall sker på så sätt att bästa reklamvärde erhålles.

Gällande svensk rätt

Förbudet mot *lotterier* följer av 1 § första stycket lotteriförordningen, enligt vilket lotteri om pengar eller pengars värde inte utan tillstånd av Kungl. Maj:t får anordnas för allmänheten i andra fall eller i annan ordning än som stadgas i förordningen. Överträdelse av lotteriförordningen straffas och brottet faller under allmänt åtal.

Vad som avses med lotteri framgår av 1 § andra stycket lotteriförordningen, där följande definition ges.

Såsom lotteri anses varje företag, däri efter lottning, gissning, vadhållning eller jämförlig av slumpen helt eller delvis beroende anordning kan av en eller flera deltagare erhållas vinst till högre värde än det, som erhålles av en var deltagare.

Enligt förarbetena till lotteriförordningen är insats inte en betingelse för att lotteri skall anses föreligga. Detta har bekräftats av ett rättsfall.

En kaffeimportör anordnade en gissningstävling rörande den dag, då kafferansoneringen skulle upphöra. Tävlingen gjordes känd genom annonser och reklam-broschyrer. Blanketter med tävlingsregler och tävlingskupong utdelades i de affärer, där vederbörandes kaffe saluhölls. Tävlingen var uppdelad i en lokaltävling med 5,5 kg kaffe såsom pris i varje affär och en rikstävling med penningpris på tillhoppa 350 kronor. Deltagandet var inte förenat med köptvång och ingen som helst avgift för deltagande uttogs. Polisdomstol bedömde gissningstävlingen såsom lotteri och hötfällde anordnaren. Hovrätt fastställde utslaget och högsta domstolen fann inte skäl bevilja prövningstillstånd (NJA 1947 s. 655).

Ett undantag från huvudregeln om Kungl. Maj:ts tillstånd såsom förutsättning för rätt att anordna lotteri gäller vissa lotterier för välgörande, kulturellt eller allmännyttigt ändamål eller för partipolitisk verksamhet eller till understöd och uppmuntran åt svenska konstidkare. Dessa får under vissa i 2 och 3 §§ angivna förutsättningar anordnas efter anmälan hos polismyndighet eller tillstånd av polismyndighet eller av länsstyrelse.

Ett annat undantag framgår av 5 §, enligt vilken lotteri får anordnas utan anmälan eller tillstånd i samband med utgivande av tryckt periodisk skrift under förutsättning, att anordnande av lotterier inte ingår såsom väsentligt led i utgivandet av skriften, att såsom villkor för rätt till deltagande i lotteriet inte fordras innehav av skriften eller erläggande av insats, samt att värdet av högsta vinst inte överstiger 200 kronor. Tillstånd eller anmälan erfordras, efter en lagändring 1964, inte heller för lotteri, som anordnas i samband med rundradiosändning, under förutsättning att såsom villkor för rätt till deltagande i lotteriet inte fordras erläggande av insats samt att värdet av högsta vinst inte överstiger 200 kronor.

Det undantag från tillståndstvånget för lotterier, som stadgats för lotteri anordnade i samband med utgivande av tryckt periodisk skrift, var enligt förarbetena väsentligen motiverat av att syftet med sådana lotterier var att underhålla och roa tidningens läsekrets. Undantaget har emellertid i praktiken av tidningar och tidskrifter tagits till intäkt för att anordna lotterier av mer eller mindre utpräglad reklamkaraktär. Det förekommer också att reklamtidningar utges som periodiska skrifter och att lotterier anordnas i samband därmed. Lagligheten av dessa förfaranden, som inte synes helt förenliga med syftet med undantaget från tillståndstvånget, torde inte ha prövats av domstol.

Lotteriförordningen avser som nämnts endast lotterier för allmänheten. I 8 § sägs emellertid bl. a. att vad i förordningen stadgas skall äga tillämpning jämväl på lotteri vilket eljest, såsom med avseende å omfattningen eller de villkor, varunder deltagande må ske, är att jämställa med lotteri för allmänheten.

I förarbetena ges ingen vägledning för hur detta stadgande skall tolkas.

Inte heller i rättspraxis synes frågan vara närmare belyst. I ett rättsfall har dock 8 § åberopats i ett särvotum.

Ett lokbiträde, som var ombud för tidningen Folket i Bild, anordnade från hösten 1952 till hösten 1953 omkring 30 lotterier med FIB:s böcker som vinster. Lotterna såldes uteslutande till lok-, stall- och vagnpersonal vid järnvägen i Vännäs. Personalen uppgick till sammanlagt 215 man. Det var alla arbetskamrater till lokbiträdet och medlemmar av Svenska Järnvägsmannaförbundet. Häradsrätt dömde lokbiträdet till dagsböter. Hovrätt fastställde häradsrättens dom. En ledamot var skiljaktig i motiveringen för domslutet på det sättet att han ansåg lotterierna vara inte för allmänheten i egentlig mening, men väl jämställda med lotterier för allmänheten (SvJT 1956 rf. s. 39).

Lotteri för allmänheten och lotteri som enligt 8 § är att anse som jämställt med lotteri för allmänheten får alltså enligt huvudregeln inte anordnas utan tillstånd av Kungl. Maj:t. Enligt uppgift från handelsdepartementet, där dessa ärenden handläggs, har tillstånd aldrig givits till något »rent» reklam-lotteri. Även i fall då sökanden utfäst sig att skänka medel till kulturella ändamål har tillstånd vägrats. Däremot har det uppgivna syftet med ett lotteri i vissa fall ansetts så uppmuntransvärt att lotteritillstånd givits, fastän lotteriet haft reklamslag. Sålunda har sparbanker medgivits att i samband med sparpropaganda under viss kortare tid utlotta penningspris bland insättare. Tillstånd till liknande lotterier har lämnats vid bankjubiléer.

För andra lotterier än de nu nämnda föreligger inget tillståndstvång. Lotteri anordnat av en företagare för sina anställda torde alltså falla utanför lotteriförordningen, liksom förmodligen också exempelvis ett lotteri, anordnat av en fabrikant för en mindre krets av återförsäljare. Men ju mer omfattande lotteriet är och ju mindre speciella villkoren för deltagande däri, desto större är möjligheterna att det skall anses jämställt med lotteri för allmänheten och således falla under tillståndstvånget.

Pristävlingar i säljfrämjande syfte är inte reglerade i lag. Det krävs alltså inte någon form av tillstånd för att anordna en sådan tävling, vare sig den anordnas för allmänheten eller för en mer begränsad krets.

Gränsen mellan lotteri och pristävling bestäms av det tidigare citerade stadgandet i 1 § andra stycket lotteriförordningen, enligt vilket till lotteri hänförs varje företag, däri efter lottning, gissning, vadhållning eller jämförlig av slumpen helt eller delvis beroende anordning kan av en eller flera deltagare erhållas vinst till högre värde än det som erhålles av en var deltagare.

Lotteri utmärks sålunda av att avgörandet helt eller delvis beror på slumpen. Pristävling torde i motsättning härtill kunna karakteriseras som något som inte avgörs genom lottning, gissning eller någon annan på likartat sätt slumpartad anordning.

Pristävlingar såsom marknadsföringsmetod anordnas i regel på det sättet att deltagarna anmodas att skriva ett slagord eller en text till en skämt-teckning, att författa en limerick, att motivera varför man vill ha en viss vara, att hitta på namn på en vara eller dylikt. Dessa tävlingar avgörs genom bedömning av olika individuella prestationer och kan därför inte betraktas som lotterier. Bedömningen torde oftast göras av en särskilt utsedd tävlingsjury, men kan också göras genom omröstning bland ett större antal personer.

Säljpristävlingar kan även anordnas som kombinationer mellan vad här definierats som lotteri och pristävling. Görs de då så att prestationsmomentet föregår slumpmomentet är de tvivelsutan lotterier. Exempel härpå är att man anmodar deltagarna att lösa ett korsord eller en rebus och sedan lottar ut vinnare bland rätta lösningar. Görs däremot kombinationen på motsatta sättet så att det först sker en »grovsällning» av deltagare genom lottning, varefter slutlig pristagare utses bland återstoden genom bedömning av individuella prestationer torde många anse att förfarandet faller utanför lotteriförordningen.

Stöd för denna uppfattning har man i ett administrativt avgörande av Kungl. Maj:t i handelsdepartementet.

Dåvarande AB Radiotjänst anhöll om tillstånd att som ett led i en i övrigt på kvalifikationsprincipen grundad tävlingsserie, ingående i radioprogrammet »Karusellen» anlita lotteriförfarande för att få önskad begränsning av antalet deltagare i tävlingen. Första tävlingsmomentet skulle gälla lösningen av en viss gåta. Av de inkomna rätta lösningarna skulle ett begränsat antal uttagas genom lottning. Den på detta sätt begränsade deltagargruppen skulle få fortsätta tävlingen, under det att de övriga skulle vara uteslutna från vidare deltagande i denna. Beträffande den fortsatta tävlingen skulle gälla, att utgången av varje tävlingsmoment skulle bli beroende uteslutande av deltagarnas individuella prestationer. Den slutlige segraren skulle erhålla ett pris i form av en flygresa jorden runt, varvid förutsattes, att han sedermera skulle medverka i radioprogrammet m. m. — Kungl. Maj:t fann att lotteriförordningen inte var tillämplig på det i ansökningen avsedda förfarandet och lämnade ansökningen utan åtgärd (Kungl. Maj:ts beslut den 18 januari 1952).

Såvitt känt är har det inte prövats vid domstol huruvida eller i vilken utsträckning sådana kombinerade tävlingar, som senast berörts, är att anse som lotterier för allmänheten i lotteriförordningens mening eller ej.

Som alternativ till pristävlingar anordnas som tidigare nämnts »gratis-utdelningar» av varor efter på förhand uppgjorda planer. Domstol torde inte ha prövat systemets förenlighet med lotteriförordningen.

Gällande rätt i övriga nordiska länder samt i Tyskland och England

I Danmark regleras lotterier genom en lag från 1869 och ett cirkulär från justitieministeriet av 1963. Enligt dessa författningar kan tillstånd till lotteri endast beviljas för välgörande eller allmännyttiga ändamål. Lotteri anses inte föreligga annat än om insats fordras för deltagande. I rätts-

praxis antogs tidigare att om det som villkor för deltagande i en lottdragning krävdes köp av vara eller prestation, så var betalningen att anse som insats och arrangemanget således i strid mot lotterilagen. Efter en Højesteretsdom 1954 har emellertid uppfattningen svängt. Numera antas att betalning för varor och prestationer inte kan anses som insats, om inte priset på varan eller prestationen höjs till följd av lottdragningsarrangemanget. Chansen att vinna en premie anses inte heller som tilgift. Därmed har lotterier såsom marknadsföringsmetod blivit tillåtna även om köp av vara eller prestation till normala priser är en förutsättning för deltagande.

Även pristävlingar i säljfrämjande syfte är tillåtna i Danmark. Gränsen mellan lotteri och pristävling dras ungefär på samma sätt som i svensk rätt.

I *Finland* gäller enligt en lag om lotterier generellt förbud mot lotterier, som fordrar insats. Dessutom är det enligt lagen mot illojal konkurrens straffbart att vid affärsföretag eller i samband med sådant företag ge, erbjuda eller utfästa gåva, rabatt eller annan förmån, vars erhållande beror av tillfällighet. Detta skall dock inte äga tillämpning, om den avsedda förmånen kan anses som ersättning för utfört uppdrag. I praxis har det visat sig svårt att tolka detta stadgande i lagen mot illojal konkurrens. Enighet synes dock råda om att stadgandet bör användas då marknadsföringsåtgärd innebär ett kringgående av lotteriförbudet. Sålunda har i nyare domstols- och opinionsnämndspraxis ansetts att slumpartad utdelning av gåva eller annan fördel inte kan anses vara tillåten, om det för deltagande i utlottning eller annan motsvarande åtgärd erfordras köp av vara eller annan motprestation.

I *norsk* praxis anses vinstchanser vara omfattade av förbudet mot tilgift. Den norska lotterilagen, som är från 1939, stadgar att lotteri föreligger endast då insats fordras för deltagande. Lotterier i säljfrämjande syfte faller därmed i regel utanför lotterilagen. Denna lag omfattar heller inte pristävlingar. Gränsen mellan lotteri och pristävling synes i Norge vara tämligen oklar.

I *Tyskland* fordras tillstånd för att få anordna lotteri, men lotteri anses bara föreligga om insats krävs för deltagande. Lottningsanordningar utan insats i förbindelse med försäljning av varor anses emellertid som ett utnyttjande av spellidelsen och därför i strid mot generalklausulen. Även pristävlingar, i vilka deltagande är betingat av varuköp, anses stridande mot generalklausulen. Pristävlingar, i vilka prestationsmomentet är framträdande och i vilka man får deltaga utan att köpa varor, anses däremot i regel som lovliga. En omfattande rättspraxis föreligger.

I *England* är lotterier för allmänheten, inklusive lotterier i säljfrämjande syfte, förbjudna enligt Betting, Gaming and Lotteries Act 1963, men definitionen på lotteri synes vara mindre sträng än i Sverige. Prestationspristävlingar är däremot tillåtna.

Näringslivets Opinionsnämnd

I Grundregler för god reklam I: 4 c) stadgas att särskild försiktighet är påkallad när det gäller reklam som inbjuder allmänheten att delta i lotterier eller pristävlingar. Det sägs vidare att i sådan reklam bör klart anges samtliga villkor för lotteriet eller pristävlingen. Grundreglerna tar alltså inte avstånd från någon av dessa marknadsföringsmetoder i och för sig men kräver att presentationen av dem skall vara fullständig och korrekt.

Något »säljlotteri» för allmänheten har inte prövats av Näringslivets Opinionsnämnd.¹ Däremot finns exempel på att nämnden prövat lotterier, som anordnats av ett tidigare distributionsled för ett senare. Ett sådant fall gällde en generalagent för kylskåp, som anordnat ett säljlotteri bland återförsäljare (NOP aktnr 543/62). Nämnden yttrade härom.

[Generalagentens] säljlotteri är riktat till de företag, som är eller kan förmodas vara intresserade av att bli återförsäljare av [generalagentens] kylskåp. Lotteriet har inneburit att de återförsäljare som under viss tidrymd köpt kylskåp från [generalagenten] erhållit en lott för varje inköpt kylskåp samt att efter den tid under vilken lotteriet pågått tre vinnare till förhållandevis stora priser utsetts genom en helt av slumpen beroende anordning. Detta innebär att de återförsäljare till vilka [generalagenten] riktat sitt erbjudande om inköp av kylskåp praktiskt sett saknat möjlighet att, om de så önskat, på förhand göra en kalkyl beträffande erbjudandets förmånlighet såväl betraktat i och för sig som i jämförelse med de erbjudanden som andra leverantörer i branschen må ha riktat till återförsäljarna. Redan med hänsyn till det hasardmoment som erbjudandet sålunda innehåller finner nämnden [generalagentens] säljlotteri anmärkningsvärt. Härtill kommer emellertid ytterligare att det i ett fall som detta mången gång lätt kan inträffa att lotterierbjudandet faktiskt kan komma att nå en större krets av återförsäljare än lotteriförordningen kan anses medge. Enligt nämndens mening är en säljfrämjande åtgärd, som kan gå utöver gränserna för vad gällande lag tillåter, betänklig även ur affäretisk synpunkt. På grund av vad nämnden sålunda anfört finner nämnden att [generalagentens] säljlotteri icke kan anses förenligt med god affärssed.

Vidare uttalade nämnden att anvisningarna i grundreglerna om reklam för lotterier för allmänheten också i princip borde gälla reklam för säljlotterier riktade till återförsäljare. I anslutning härtil gjorde nämnden vissa anmärkningar mot det sätt på vilket säljlotteriet presenterats.

Säljpristävlingar för allmänheten har behandlats av nämnden. I ett plenaravgörande från 1957 (NOP 1957 rf. 26) gjorde nämnden följande principuttalande.

Enligt nämndens mening behöver icke en pristävling för allmänheten, vilken anordnas såsom ett led i marknadsföringen av en vara, stå i strid mot god affärssed. Emellertid kan en sådan pristävling genom det sätt varpå den utformats ge anledning till befogade invändningar icke minst ur allmänhetens synpunkt. Varsamhet måste därför iakttagas vid utformningen och genomförandet av dylika tävlingar och en sträng bedömning av dessa är påkallad. — — — Enligt nämndens

¹ Under betänkanadets tryckning har ett yttrande avgivits i ämnet, NOP aktnr 1124/66.

mening är det angeläget att reglerna för tävlingen innehålla uttömmande och otvetydiga samt för allmänheten lättfattliga uppgifter om förutsättningarna för att delta i tävlingen, om vinstmöjligheterna samt om grunderna och formerna för bedömningen av inkomna tävlingsbidrag. Vidare böra samma villkor för tävlingsdeltagande gälla för alla till tävlingen inbjudna och samtliga tävlingsbidrag böra, såvitt annat icke uttryckligen angivits i tävlingsreglerna, bedömas efter enahanda grunder. Bedömningen av tävlingsbidragen måste vara opartisk och vederhäftig. Tävlingar, vilka locka till överköp eller medföra en förhållandevis betydande ekonomisk insats, äro ägnade att väcka betänkligheter.

Enligt reglerna för den pristävling som här var aktuell gällde det för deltagarna att lösa två uppgifter. Den första bestod av att genom inköp av strumpförpackningar samla vissa bilder och sammanställa å bilderna befintliga lösenord till en mening. Den andra uppgiften var att författa en vers eller ett slagord. Hur många strumpförpackningar man måste köpa för att få erforderligt material till att lösa den första uppgiften berodde på en slump. Nämnden yttrade härom att anordnaren genom att sålunda låta insatsen vara beroende på en slump och att inte bestämma samma insats för samtliga deltagare åsidosatt den aktsamhet, som var påkallad vid anordnande av tävlingar för allmänheten.

Då det gäller lotterier och pristävlingar för anställda hos återförsäljare har nämnden påpekat att dessa, liksom annan premiering av sådana anställda, kan vara ägnade att störa förtroendeförhållandet mellan de anställda och deras arbetsgivare. Härom hänvisas till kap. VI om bestickning i näringsverksamhet m. m.

En »gratisutdelning» efter vissa på förhand bestämda fördelningsprinciper har prövats av opinionsnämnden. Inte heller i det fallet har nämnden tagit avstånd från försäljningsmetoden såsom sådan men däremot krävt att de omständigheter i samband med utdelningen, som varit av betydelse för att allmänheten skulle kunna erhålla en klar bild av utdelningsprinciperna, redovisats i reklamen för utdelningen. Då så ej skett i det aktuella fallet och då reklamen därtill i vissa avseenden varit vilseledande, har nämnden förklarat reklamen stå i strid mot anvisningarna i Grundregler för god reklam och därför också stridande mot god affärssed (NOp 1960 rf. 47).

Utförsäljningar och realisationer

Under samlingsrubriken utförsäljningar och realisationer ingår olika försäljningar, vilka lämpligen kan indelas i tre grupper, nämligen *tillfällighetsförsäljningar*, *speciella utförsäljningar* och *säsongrealisationer*.

Med *tillfällighetsförsäljningar* avses därvid de s. k. »realisationer», som regleras i § 9 mom. 3 i näringsfrihetsförordningen. Stadgandet innehåller i huvudsak, att handlande, som utom den ort, där han anmält sig till handelsidkande, på kortare tid å auktion eller under hand annorledes än å mark-

nad vill avyttra lager av handelsvaror, har att söka tillstånd hos länsstyrelse. Stadgandet innefattar en inskränkning i den i princip fria rätten till näringsutövning. I sitt betänkande Den allmänna näringslagstiftningen (SOU 1962: 15) föreslår 1958 års näringsrättssakkunnige att näringsfrihetsförordningen skall upphävas och ersättas av bl. a. en förordning om tillfällighetsförsäljning, enligt vilken svensk medborgare skall få fritt bedriva tillfällighetsförsäljning av alla slags varor, om försäljningen sker i lokal, varöver han förfogar. Om särskilda skäl därtill föranleder, skall dock Kungl. Maj:t enligt förslaget äga förordna att vid sådan tillfällighetsförsäljning ej må saluföras visst varuslag med mindre tillstånd därtill meddelas av myndighet som Kungl. Maj:t bestämmer.

Med *speciella utförsäljningar* avses sådana försäljningar, som ofta äger rum i samband med att ett företag upphör till följd av konkurs eller dylikt, försäljs eller flyttar. Till denna grupp hör också försäljningar, föranledda av ombyggnad av lokaler och försäljningar av större partier varor, som skadats, exempelvis av brand, rök eller vatten eller under transport.

Med *säsongrealisationer* avses de regelbundet återkommande försäljningar av varor, som inom vissa branscher är ett mer eller mindre nödvändigt led i försäljningsverksamheten. Branscher med säsongrealisationer är främst de som är utpräglade modebetonade, såsom textil-, päls-, sko- och läderbranscherna. Men även branscher inom vilka varornas tekniska utveckling är snabb, såsom radio/TV- och fotobranscherna, har säsongrealisationer. Andra säsongrealisationsbranscher är möbel-, matt-, glas- och porslins- samt bokbranscherna. Säsongrealisationerna äger rum i den reguljära detaljhandeln men är inte enbart en detaljhandels angelägenhet. De kan vara lika nödvändiga för producenter och tidigare distributionsled.

För speciella utförsäljningar och säsongrealisationer finns inte några särskilda lagregler i Sverige. Men för reklam i samband med dem gäller givetvis — liksom för reklam i samband med tillfällighetsförsäljningar — den allmänna regeln mot illojal reklam i 1 § IKL.

Gränsen mellan speciell utförsäljning och säsongrealisation är i viss mån flytande. Terminologien i det allmänna språkbruket är ingalunda klar. Vad som här benämns speciell utförsäljning kan i affärslivet kallas realisation och säsongrealisation kan kallas säsongutförsäljning. Helt andra beteckningar används också på de olika företeelserna, såsom billiga dagar, vit vecka etc.

Gällande rätt i vissa andra länder

I Danmark och Norge synes det till följd av allmänna näringsrättsliga bestämmelser inte vara möjligt att hålla vad som här kallats *tillfällighetsförsäljningar*.

Beträffande *speciella utförsäljningar* finns bestämmelser i de danska, finska och norska lagarna om illojal konkurrens.

I *Danmark* får utförsäljning endast hållas på grund av rörelsens fullständiga upphörande (till följd av konkurs, likvidation, dödsfall eller andra orsaker), rörelsens överlåtelse (om utförsäljning på grund av upphörande inte redan avhållits), flyttning, ombyggnad (om den medför så begränsade lokalförhållanden, att ombyggnaden kan sidoställas med flyttning), realisation av skadade varor samt realisation av varor inköpta från konkurs-, likvidations- eller dödsbo (dock inte om boet redan själv hållit utförsäljning på grund av upphörande). Dessa utförsäljningar får inte vara mer än tre månader och kan påbörjas först åtta dagar efter det att anmälan gjorts till polismyndighet. Anmälan skall vara åtföljd av en på heder och samvete avgiven, specificerad förteckning över de av utförsäljningen omfattade varorna med förklaring att alla dessa varor redan är anskaffade och finns på försäljningsstället, då anmälningen företas. Förteckningen skall hållas tillgänglig för intresserade. Vissa undantag från bestämmelserna om speciella utförsäljningar kan på ansökan av organisationer medges av polismyndighet.

I *Finland* gäller att kungörelse om slutförsäljning vid detaljhandel måste innehålla uppgift om den omständighet, som gett anledning till försäljningen. Senast fyra dagar före försäljningens kungörande skall anmälan göras till polismyndighet. Anmälan skall vara åtföljd av förteckning över de varor, som skall försälas. Anmälningar och förteckningar skall hållas tillgängliga för allmänheten. Vid kungjord slutförsäljning i detaljhandel får inte hållas till salu varor, som för sådan försäljning anskaffats efter det anmälan om försäljningen gjorts. Såsom slutförsäljning skall anses försäljning, som på grund av att affären eller saluhållandet av visst varuslag skall upphöra eller i följd av inträffad brand- eller vattenskada eller fara för varors förskämning eller av annan sådan särskild orsak anordnas i syfte att snabbare än vanligt realisera visst varulager eller varuparti. Om man i offentligt tillkännagivande vid detaljhandel till salu bjuder ut varor, som förskriver sig från ett konkursbo, får man inte uppge eller antyda att varorna tillhört ett konkursbo.

Enligt *norsk* lag skall i kungörelser och andra liknande meddelanden om att varor kommer att säljas till konsumenter på kort tid genom realisationsförsäljning de grunder, som gett anledning till utförsäljningen, anges. Senast fyra dagar före kungörelsen skall skriftlig anmälan ske till polismyndighet. Anmälningen skall vara åtföljd av en förteckning över de varor, som kommer att säljas, med förklaring om att alla dessa varor redan är förvärvade, då anmälningen görs. Sedan anmälan skett, får ytterligare varor inte inköpas till realisationsförsäljningen, och denna får inte omfatta andra varor än dem, som är uppförda på förteckningen, om inte

annat bestämts i särskild lag. Anmälningar och varuförteckningar skall vara offentliga. Kungörelser eller andra liknande meddelanden om utförsäljning av varor, som kommer från ett ackordsförhandlingsbo, konkursbo eller dödsbo men inte längre tillhör boet, får inte innehålla upplysning om att varorna tillhört sådant bo.

Den mest ingående regleringen av speciella utförsäljningar finns i *tysk* rätt. Såsom utförsäljning får i offentliga eller andra meddelanden för ett större antal personer endast sådana försäljningar bekantgöras, som beror på affärens upphörande, nedläggande av en filial eller upphörande med försäljningen av ett bestämt varuslag. I meddelandet skall anges vilket av dessa skäl som föreligger. Efter avslutningen av utförsäljningen får affärsinnehavaren, hans make eller nära anhöriga inte fortsätta verksamheten eller del därav eller inom ett år öppna annan verksamhet med varor, som omfattats av utförsäljningen. Detsamma gäller om affärsinnehavaren, hans make eller nära anhöriga med avsikt att kringgå bestämmelsen direkt eller indirekt deltar i annans näringsverksamhet. Som nära anhöriga anses släktingar i rätt upp- och nedstigande led samt hel- och halvsyskon och deras makar.

Andra försäljningar än de nämnda får inte kallas utförsäljning. Den som vill i offentliga eller andra meddelanden för ett större antal personer lämna meddelande om försäljning, som har till ändamål att realisera ett bestämt varuparti, skall upplysa om grunden till försäljningen. Varor får inte anskaffas speciellt för utförsäljning eller försäljning av särskilt skäl. Inte heller andra särskilda säljararrangemang, som utan att vara utförsäljning eller realisation tjäna till att främja avsättningen av varor och framkallar intryck av att särskilda förmåner bjuds, är tillåtna. Här finns dock exempelvis det undantaget att jubileumsutförsäljning får avhållas vart tjugofemte år.

Även i *Schweiz* regleras rätten att hålla utförsäljning av ingående detaljbestämmelser. Också i *Nederländerna*, *Belgien*, *Österrike* och *Frankrike* finns lagföreskrifter om utförsäljningar. Så är däremot inte förhållandet i *England*.

Säsongrealisationerna är lagreglerade i de övriga nordiska länderna.

I *Danmark* får säsongrealisation äga rum antingen två gånger om året högst en månad var gång, eller en gång om året högst två månader; de får avhållas blott i januari—februari och mellan den 15 juli och den 15 september.

I *Finland* äger de tidigare redovisade bestämmelserna om slutförsäljning inte tillämpning på säsong- eller inventeringslutförsäljningar, vilkas beskaffenhet framgår av kungörelsen om försäljningen och som är i handeln vanligt förekommande. I samma affär får under vart kalenderår kungöras hållande av högst två säsong- eller inventeringslutförsäljningar, av vilka ej någondera må fortgå längre än en månad. Med tillstånd av polismyndig-

het får likväl dylika försäljningar anordnas även oftare och fortgå längre än nu sagts.

I *Norge* gäller vad ovan sagts om realisationsförsäljning inte sådan försäljning, som kungörs som säsongförsäljning eller utförsäljning efter inventering. Det är inte tillåtet att hålla mer än två säsongförsäljningar eller en inventeringsförsäljning och en säsongförsäljning per år. Ingen av dessa utförsäljningar får vara längre än en månad. Vid dessa försäljningar får inte säljas varor av annat slag, än affären vanligen för. Bestämmelsen gäller inte realisation av färska matvaror.

Den *tyska* lagen lägger i vederbörande ministers hand att utfärda bestämmelse om och hur säsongrealisationer får hållas. Med stöd härav har utfärdats en förordning om sommar- och vinterrealisation, vilka båda får vara 12 vardagar och skall börja sista måndagen i juli resp. sista måndagen i januari. Realisationerna får dock omfatta endast textilier, beklädnadsartiklar, skor samt ur gruppen skinn- och lädervaror damväskor, damhandskar och damskärp; vid vinterrealisationen tillåts även porslins-, glas- och stengodsvaror. Offentliga meddelanden måste tydligt ange dagen för realisationens början. Innehåller meddelandena varuutbud får de publiceras först sista vardagen före realisationen. Plakat och trycksaker får inte sättas upp resp. delas ut före kl. 14 sagda dag.

I *Schweiz* regleras säsongrealisationer ingående. Även i *Nederländerna* och *Belgien* finns lagregler om säsongrealisationer. Sådana lagregler finns däremot inte i *Österrike*, *Frankrike* och *England*.

Rundfrågan

I den promemoria, som var fogad vid rundfrågan, framhölls att oriktiga eller eljest vilseledande realisations- eller utförsäljningserbjudanden oftast torde kunna åtkommas med lämpligt utformade allmänna bestämmelser mot vilseledande reklam och försäljning men att man därutöver kunde tänka sig bestämmelser, som reglerade när samt i vilken omfattning och ordning realisationer och utförsäljningar skulle få äga rum. Den frågan ställdes om i en ny IKL borde intas särskilda bestämmelser rörande utförsäljningar och realisationer och vad dessa i så fall borde innehålla.

I hälften av de svar på rundfrågan, där detta spörsmål berördes, avstyrktes och i den andra hälften tillstyrktes särskilda bestämmelser om realisationer och utförsäljningar.

I flera avböjande svar betonades att ett reviderat stadgande mot vilseledande reklam borde vara tillräckligt för att stävja oriktiga eller eljest vilseledande realisations- och utförsäljningserbjudanden. Vidare påpekades att särskilda bestämmelser därutöver inte var förenliga med intresset av fria konkurrensförhållanden, att möjligheterna till ett fritt konsumtionsval måste beaktas samt att en koncentration av realisationerna till viss be-

gränsad tidsperiod måste försvåra för konsumenterna att i önskvärd utsträckning begagna sig av realisationserbjudandena. Det framhölls också att den ökade priskonkurrensen samt betydelsen av de rent företagsekonomiska resonemang, som låg bakom ett företags önskan att verkställa utförsäljning och därmed skapa ökad omsättningshastighet, talade för att man inte onödigtvis låste utvecklingen genom snäva bestämmelser. Ett liknande argument var att förhållandena kunde vara så skiftande att det var omöjligt att direkt ange vad som skulle vara tillåtet resp. förbjudet. Från ett håll föreslogs att i lagen skulle uttryckligen anges vilka förfaranden, som inrymdes under ordet realisation; därmed borde endast avses försäljning av varor till lägre priser än vartill de tidigare utbudits av samma säljare. I några svar önskade man hänföra spørsmålet om realisationer och utförsäljningar till en generalklausul.

Bland tillstyrkande svar framhölls att de missförhållanden som förekom medförde skador för såväl handeln och industrien som allmänheten. Berörda branscher angavs vara i första hand textil- men även sko-, päls-, matt- och möbelbranscherna. Det framhölls att Sverige kunde bli en avstjälpningsplats för varupartier från länder med särskilda bestämmelser om realisationer och utförsäljningar. Med avseende på säsongrealisationer föreslogs i ett par svar att dessa måtte begränsas till två perioder om vardera 30 dagar efter höst- resp. vårsäsongens slut vid tidpunkt, som skulle fastställas av kommerskollegium i samråd med vederbörande riksbranschorganisation. I ett annat svar angavs tiderna till omkring 25/1—28/2 och omkring 25/7—31/8. Det påpekades också att tidigare frivilliga överenskommelser kunnat träffas om säsongrealisationer, men att tillämpningen av dessa blivit alltmer ofullständig och otillfredsställande. Vad gällde tillfälliga och speciella utförsäljningar framhölls att dessa över huvud taget inte kunde regleras uteslutande genom åtgärder från näringslivets egen sida. Enligt ett svar borde utförsäljningen av varor, som härstammade från ett konkursbo, ackordsförhandlingsbo eller avvecklingsbo men ej längre tillhörde boet, inte få salubjudas såsom kommande från ett sådant bo. Däremot var det enligt samma svar angeläget att avyttringen av sådana varor genom förvaltare, boutredningsman eller boets ägare kunde ske så effektivt och snabbt som möjligt. I flera svar angavs de norska bestämmelserna om utförsäljningar och realisationer såsom en efterföljansvärd förebild. Vidare hänvisades till de utredningar, som vid tiden för rundfrågan behandlades av textilutredningen.

Yttranden över textilutredningens betänkande

I textilutredningens betänkande Konkurrens under samverkan behandlades utförsäljningar av tillfällighetskaraktär, speciella utförsäljningar och säsongrealisationer (SOU 1959: 42 s. 57—62). Efter remissbehandling av betänkandet sändes detsamma jämte remissyttrandena av statssekreteraren i

handelsdepartementet till utredningen om illojal konkurrens med en skrivelse, som återgetts i kap. II.

I många remissvar uppehöll man sig särskilt vid frågan om de tillfälliga utförsäljningarna enligt näringsfrihetsförordningen. Vidare diskuterades, till vilken kommitté den fortsatta utredningen skulle hänskjutas. Dessa frågor saknar numera aktualitet. Här skall blott i korthet redovisas vad som i övrigt anförts i sak i remissyttrandena.

Kommerskollegium anförde att genom EFTA:s tillkomst kunde uppstå tidigare ej förutsedda svårigheter för textilbranschen. Då Sverige saknade motsvarighet till i flertalet västeuropeiska länder gällande lagbestämmelser om utförsäljningar och realisationer, fruktade kollegium att den svenska marknaden skulle komma att ligga öppen för försäljningsoffensiver med restpartier från andra länder, medan de svenska tillverkarna inte hade samma möjlighet på de övriga marknaderna. Principiellt ställde sig kollegium avvisande till tanken att det allmänna skulle medverka till skapandet av sådana konkurrensbegränsningar, varom här var fråga, men de med anledning av EFTA framkomna farhågorna kunde enligt kollegii uppfattning inte lämnas åsido.

Liknande farhågor för konsekvenserna av anslutningen till EFTA eller en friare västeuropeisk marknad över huvud taget framfördes av *Skånes Handelskammare, Smålands och Blekinge Handelskammare, Västergötlands och Norra Hallands Handelskammare, Handelskammaren i Karlstad, Handelskammaren i Gefle, Västernorrlands och Jämtlands läns Handelskammare, Textilrådet, Textilgrossisternas Riksförbund, Konfektionsindustriföreningen, Sveriges Textilhandlareförbund, Sveriges Hantverks- och Industriorganisation och Svensk Industriförening. Textilgrossisternas Riksförbund* framhöll att den svenska prisnivån för textilvaror generellt sett torde vara Europas lägsta trots mycket högt löne- och omkostnadsläge inom såväl produktionen som distributionen. Förbundet menade att konsekvenserna av en svensk särställning, baserad på en föråldrad lagstiftning i nu berörda hänseende, var bl. a. en betydande och helt onödigt belastning av den svenska produktionens konkurrenskraft och en anfrätning av vårt lands nuvarande även ur internationell synpunkt sett effektiva och billiga distributionsapparat. *Kooperativa Förbundet* uttalade däremot sina tvivel beträffande dimensioneringen av de speciella handelspolitiska problemen. Förbundet ansåg, i betraktande av de stora praktiska och legala svårigheterna att överföra tillfälliga restpartier från ett land till ett annat och där anordna utförsäljningar utanför den etablerade detaljhandeln, det vara i hög grad osannolikt att sådana tillfällighetsförsäljningar kunde komma att få nämnvärd omfattning. *Statens pris- och kartellnämnd* fann det ingalunda uteslutet att olikheter i konkurrenslagstiftningen i vissa fall kunde komma att medföra friktionsproblem inom en friare västeuropeisk marknad men bedömde det som tvivelaktigt om en lag-

stiftning avseende svensk detaljhandels realisationstider skulle kunna hindra befarade försäljningsoffensiver från utlandet.

Västergötlands och Norra Hallands Handelskammare, Västernorrlands och Jämtlands läns Handelskammare, Sveriges Textilhandlareförbund, Sveriges Grossistförbund och Svensk Industriförening önskade alla reglera utförsäljningar och realisationer genom lagstiftning. Man menade bl. a., att detta skulle främja en jämn sysselsättning inom textilbranschen, skydda allmänheten mot skoj och bedrägeri samt förhindra osund konkurrens.

Handelskammaren för Örebro och Västmanlands län tvivlade på att de »onormala» realisationerna och utförsäljningarna var en väsentligt bidragande orsak till textilbranschens beträngda läge. Kammaren satte i fråga om man inte här sammanblandade orsaker och verkan. *Statens pris- och kartellnämnd* framhöll att tillfällighetsförsäljningar förekom också inom andra branscher än textilhandeln, men att det syntes obestyrkt i vad mån sådana utförsäljningar kunde ha medverkat till att minska detaljhandelns fasta order. Om möjligheterna att utförsälja varor som visat sig inte vara gångbara beskars, kunde detta enligt nämnden leda till ännu större försiktighet vid inköpen, dvs. ännu mindre fasta order till industrien. *Konjunkturinstitutet* avstyrkte bestämt den förordade skärpningen av lagstiftningen mot illojal konkurrens främst med hänsyn till risken att en dylik lagstiftning missbrukades. *TCO* avrådde bestämt från alla åtgärder, som innebar en särbehandling av textilbranschen; bristande räntabilitet borde inom textilbranschen liksom på andra områden av näringslivet mötas med rationaliseringar och inte med lagstiftningsåtgärder av det slag som här avsågs. Särskilt oför- enligt med tanken på en fri konkurrens ansåg *TCO* förslaget att begränsa handelns möjligheter till val av realisationstillfälle.

Stockholms Handelskammare framhöll att önskemålet om en rättslig reglering av utförsäljningar i viss mån hade sin grund i det förhållandet att vilseledande uppgifter i reklam enligt *IKL* såsom denna tillämpades inte medförde ansvar. Kammaren förordade en utvidgning av stadgandet, som skulle vara ägnad att sanera reklamen om realisationer. En bestämmelse mot anonym reklam trodde kammaren även skulle vara av värde i detta sammanhang. *Skånes Handelskammare* bekräftade att speciella utförsäljningar i samband med avveckling av konkurser o. dyl. ej sällan var förknippade med olägenheter för handeln; särskilt var detta fallet när som etikett för vanlig utförsäljning användes orden konkursrealisation eller dylikt i avsikt att ge allmänheten intryck av att försäljningen skedde till osedvanligt billiga priser.

I fråga om säsongrealisationer framhöll *Skånes Handelskammare* att de försök, som på frivillighetens väg gjorts av detaljhandelns organisationer att skapa en bestämd ordning, haft en begränsad effekt genom att alla inte anslutit sig och att de gjorda försöken direkt saboterats av outsiders. Att den brist på system, som kännetecknade textildetaljhandelns realisationer, haft ogymsamma verkningar också för industrien var enligt kammaren odis-

putabelt; om en bättre ordning i fråga om säsongrealisationer skulle kunna åstadkommas, skulle detta otvivelaktigt lämna ett värdefullt bidrag till åstadkommande av en bättre planering inom industrien och en bättre lönsamhet för densamma. *Textilgrossisternas Riksförbund* framhöll att eftersom spørgsmålet med säsongrealisationer blivit löst tillfredsställande i flertalet länder genom lagstiftning ville man från textilbranschens sida föreslå en dylik framgångsväg även i Sverige.

De danska, finska och norska lagarna i tillämpningen

I diskussionen kring utförsäljningar och realisationer har ofta åberopats utländska lagbestämmelser. Särskilt har hänvisats till lagregleringen i de nordiska grannländerna. Det torde därför vara av värde att redovisa erfarenheter som, enligt de övriga nordiska kommittéerna, gjorts av gällande regler.

De särskilda bestämmelserna i *Danmark* föreskriver till att börja med att säsongrealisation får hållas endast en eller två gånger om året och endast under januari—februari och från mitten av juli till mitten av september. Bestämmelsen kräver inte att det föreligger en prisnedsättning, dvs. en reduktion av priset i förhållande till de priser till vilka varorna tidigare utbjudits i affären, ehuru detta ursprungligen torde ha förståtts med ordet realisation. Säsongrealisation kan enligt sedvana omfatta även varor, som inte tidigare har varit utbudna i samma affär. Det har alltså inte ansetts stridande mot bestämmelsen att det inför en säsongrealisation inköps billiga varor, som kanske är framställda just för detta ändamål och som säljs som realisationsvaror. I detta fall är det inte fråga om en prisnedsättning utan om en försäljning av andra varor, ofta av varor av sämre kvalitet än de som vanligtvis finns i vederbörande affär. Något skydd mot vilseledande prisreklam utgör bestämmelsen om säsongrealisation således inte. Begreppet säsongrealisation tilläggs inte något annat innehåll än själva den tidsmässiga begränsningen. I och för sig riktiga meddelanden om en prisnedsättning under en närmare angiven period (»billiga veckor» eller »billiga dagar») har ansetts som olovlig realisation, om de fallit utanför de i lagen tillåtna perioderna.

Medan säsongrealisationsreglerna innebär endast en tidsmässig begränsning av möjligheten att göra reklam för prisnedsättningar, betyder de danska bestämmelserna om speciella utförsäljningar i huvudsak bara en begränsning med avseende på vilka grunder som får åberopas i reklam för prisnedsättningar. Genom bestämmelsen förbjuds användning i reklam av andra grunder för prisnedsättning än dem som uppräknats i lagen, nämligen affärens upphörande, överlåtelse, flyttning eller ombyggnad eller realisation av skadade varor eller varor inköpta av ett konkurs-, likvidations- eller dödsbo. För att ett meddelande skall anses stridande mot bestämmelsen skall vederbörande med eller utan att använda ord som utförsälj-

ning, realisation eller liknande oriktigt ha åberopat någon av de uppräknade grunderna eller också ha använt ordet utförsäljning i förbindelse med någon inte erkänd grund. I ett rättsfall ansågs annonsering med 25 % rabatt på alla varor i anledning av 25-års jubileum såsom ett otillåtet meddelande om avhållande av utförsäljning.

Den *norska* lagen begränsar inte möjligheterna att åberopa grunder för särskilda utförsäljningar men kräver å andra sidan att grunden, och då givetvis den verkliga grunden, uppges. I praxis har de mest skiftande grunder godtagits. En annons med texten »Grunnen til utsalget er at vi må skaffe penger for å dekke våre kreditorer, som ellers går på oss» har godkänts. Likaså att utförsäljningen avsåg ett »lejlighetsparti».

Även i Norge godtas att säsongrealisation omfattar varor som inköpts för realisationen, om det bara inte är varor av annat slag än dem affären vanligtvis för. Också till en speciell utförsäljning kan inköpas varor på förhand, dock inte efter det att anmälan och varulista sänts till polisen.

Om priserna säger den *norska* lagen inget. Men av några domar synes framgå att i begreppet utförsäljning ligger att priserna skall vara fördelaktiga. Som exempel kan nämnas en dom där det uttalas att det avgörande för att en speciell utförsäljning skall föreligga är, att det framgår av meddelandet att varorna bara kommer att utbjudas kort tid och att utbudet är särskilt fördelaktigt för den köpande allmänheten. Om det således enligt lagens ordalag inte är helt klart om utförsäljning nödvändigtvis förutsätter en prisnedsättning, är det å den andra sidan otvivelaktigt att prisnedsättning och reklam därmed kan ske utan att lagbestämmelserna kommer till användning. Bestämmelserna hindrar sålunda ej, att en affär har en permanent »godkjøpsavdeling» eller att enstaka varor, som man önskar sålda på kort tid, förses med uppgift härom, exempelvis »Förut 100: —, nu 50: —.» Inte heller försäljningar av typen »ukens tilbud» antas falla under bestämmelserna. Att man undviker att använda ordet utförsäljning eller realisation är visserligen inte avgörande, när det framgår av förhållandena att det i verkligheten är fråga om utförsäljning, men en stor variation av uttryck begagnas, vilka bildar en jämn övergång från den klara utförsäljningen som går under bestämmelserna till den ordinära billighetsförsäljningen som faller utanför. Var gränsen går mellan tillåtet och otillåtet är emellertid inte alltid lätt att konstatera.

Enligt den *finska* lagen skall såsom slutförsäljning anses endast försäljning som är föranledd av affärens upphörande, brand- och vattenskada o. dyl. Emellertid synes det i praktiken vara möjligt att kalla försäljning av snart sagt vilken anledning som helst för slutförsäljning blott de formella föreskrifterna om anmälan till polismyndighet m. m. efterföljs.

I motsats till slutförsäljning får i Finland säsong- och inventeringslutförsäljning hållas utan formaliteter. Men i samma affär får under ett kalenderår inte utan polismyndighets tillstånd kungöras mer än två sådana slutförsäljningar och ingen av dem får fortgå mer än en månad. Erfaren-

heten visar dock att det i praktiken är nästan omöjligt att hindra flera eller längre sådana försäljningar, om de blott kallas något annat än säsong- eller inventerings Slutförsäljning. Detta beror på att enligt förarbetena övriga utförsäljningar inte omfattades av bestämmelserna.

Negativ avtalsbindning

Bland diskutabla säljfrämjande metoder upptar professor af Trolle i sin undersökning under rubriken aggressiva konkurrensmetoder ett förfarande, vilket betecknas som överrumpling. Förfarandet har också prövats inför Näringslivets Opinionsnämnd och där benämnts den negativa försäljningsmetoden.

af Trolle beskriver metoden på det sättet, att säljaren får till stånd ett avtal mellan sig själv och köparen genom att förmå köparen att vidta en handling, som kan anses utgöra ett antagande av säljarens anbud. Säljaren räknar med att köparen inte är medveten om reglerna för slutande av avtal, särskilt att underlåtenhet att avböja ett anbud med vissa undantag inte anses som ett antagande. Det har uppgivits att metoden används främst vid försäljning av konsumentvaror, exempelvis böcker, direkt till konsumenter. Köparen erbjuds till exempel en vara med uppgift om att den kommer att sändas mot postförskott, om köparen inte avböjer inom viss tid. Eventuellt sänds därefter ett postförskott på lågt belopp, vilket efter betalning betraktas som handpenning på ett stort och dyrbart verk.

Syftet med metoden är enligt af Trolle att locka köparen in i ett för säljaren förmånligt kontraktförhållande eller att inge köparen föreställningen att han är bunden på för säljaren förmånliga villkor. Säljarens avsikt är att sedan utnyttja köparens verkliga eller inbillade situation, så att säljaren kan sälja sin vara, inte främst därför att köparen önskar varan utan därför att köparen känner sig bunden av ett avtal.

Gällande svensk rätt

Att tillstålla en person, med vilken man inte står i något affärsförhållande, en vara eller ett erbjudande om en tjänst och därvid ange ett visst pris för varan eller tjänsten är civilrättsligt sett i regel att bedöma som ett anbud. I normalfallet ådrar sig mottagaren ingen som helst förpliktelse, om han förhåller sig helt passiv till anbudet. Vilka åtgärder av mottagaren som skall bedömas som ett accepterande av anbudet får avgöras efter civilrättsliga normer.

Om sändaren och mottagaren är köpmän och tidigare står i affärsförhållande med varandra och särskilt om mottagaren yrkesmässigt ägnar sig åt verksamhet såsom handelskommissionär, kan förhållandet civilrättsligt vara att bedöma på annat sätt. Sådana fall regleras exempelvis i 9 § avtalslagen och i 5, 79 och 80 §§ kommissionslagen.

Näringslivets Opinionsnämnd

Den berörda försäljningsmetoden har prövats vid ett par tillfällen av opinionsnämnden.

I det första fallet (NOP akt nr 617/63) gällde prövningen ett cirkulärbrev från ett försäkringsbolag till försäkringstagare med hemförsäkring. Cirkulärbrevet var juridiskt sett ett anbud om ny hemförsäkring, innefattande dels en av penningvärdeförsämringen betingad höjning av försäkringsbeloppet, dels en ändring av försäkringsvillkoren, vilken innebar ökat skydd i vissa hänseenden. Brevet avslutades med en förklaring att mottagarens försäkring från en angiven dag skulle ändras till den nya försäkringen och till ett högre försäkringsbelopp. Samtidigt upplystes om den nya premien, som med mer än 50 % översteg den gamla.

Nämnden konstaterade att denna s. k. negativa försäljningsmetod innebär att säljaren avgav ett anbud till kunden under sådana förhållanden att kunden bibringades uppfattningen att han var pliktig att vidta åtgärd för att inte bli bunden av avtalet. Nämnden uttalade att denna försäljningsmetod förekom i så många olika former och under så olikartade förhållanden att enligt nämndens mening någon generell bedömning av metodens tillbörlighet från synpunkten av god affärssed inte var möjlig. I avslutning härtill anförde nämnden emellertid följande.

Även om nämnden alltså anser att den s. k. negativa försäljningsmetoden i nu angiven mening icke kan fördömas generellt, finner nämnden dock att metoden lätt kan utformas och användas på sätt som ger anledning till befogade invändningar icke minst ur allmänhetens synpunkt. Stor varsamhet måste därför iakttagas vid utformningen och genomförandet av säljkampanjer, där denna metod kommer till användning, och en sträng bedömning av dessa är påkallad.

Som synnerligen betänklig framstår enligt nämndens mening metoden när anbudet framlägges för kunden på sådant sätt att kunden lätt får uppfattningen att han redan är bunden vid anbudet och inte har möjlighet att avböja detta. Av särskild betydelse vid en bedömning av den negativa metodens tillbörlighet i det enskilda fallet är vidare om säljaren och kunden står i affärsförbindelse med varandra vid den tidpunkt, då anbudet avges, eller tidigare stått i sådan förbindelse, liksom hur affärsförbindelsen närmare är eller varit beskaffad, exempelvis om något slags samband föreligger mellan denna och det avtal vid vars ingående den negativa metoden kommer till användning.

Från dessa utgångspunkter hade nämnden vissa erinringar mot cirkulärbrevets utformning.

Det andra fallet (NOP akt nr 719/63) avsåg ett cirkulärbrev från ett bokförlag till personer, som inte stod i något affärsförhållande med förlaget. Med brevet överlämnades en fotografisk årsbok för år 1962 som gåva. Samtidigt upplyste förlaget i brevet att det avsåg att senare skicka nästa årgång av årsboken till mottagaren av brevet. Mottagaren upplystes om att om han inte avböjde detta skulle den sistnämnda årsboken komma på öppet köp per åtta dagar med full returrätt.

Nämnden hänvisade till sitt principuttalande i det nyss nämnda ärendet

och kom till den slutsatsen att den negativa försäljningsmetoden inte bort komma till användning i detta fall. Vidare anförde nämnden.

Härtill kommer ytterligare att [bokförlaget], såsom nämnden ovan anmärkt, för att främja försäljningen av [årsboken 1963] som »gåva» tillställt cirkulärbrevets mottagare [årsboken 1962]. Enligt nämndens mening kan denna »gåva» antagas medföra att även den, som vid närmare eftertanke finner att några rättsliga skyldigheter icke kan uppkomma i ett fall som detta, känner sig på något sätt moraliskt förpliktad att betala för [årsboken 1963]; han förnimmer en känsla av olust över att göra något slags »obehörig vinst» genom att utan vidare behålla ej blott den först tillställda årgången utan även den senare årgången av skriften ifråga. Nämnden anser att cirkulärbrevets mottagare genom det sätt varpå »gåvan» kopplats till huvuderbudandet om köp av [årsboken 1963] utsatts för en form av påverkan eller press som är anmärkningsvärd och icke bör godtagas.

Övervältring av prestation

En annan säljfrämjande metod, som professor af Trolle diskuterar i sin undersökning är övervältring av prestation på konkurrent utan ersättning för denne. Metoden beskrivs på följande sätt: Ett företag säljer en viss vara, som dock ej lagerförs på sådant sätt att den kan besiktigas av köparna. Dessa uppmanas av företaget att besöka en konkurrerande företagsform, där varan lagerförs för besiktning, för att bese den eller t. o. m. prova den. Därefter uppmanas de att göra inköpet från företaget i fråga, som sluppit kostnaderna för lagerhållningen.

Genom att använda denna metod undgår man kostnaden för att lagerhålla produkten resp. att tillhandahålla den för provning utan att därför mista i konkurrensförmåga.

Näringslivets Opinionsnämnd

Ett med det beskrivna förfarandet likartat fall har prövats av opinionsnämnden. Förhållandet i detta fall (NOp 1958 rf. 17) var följande.

Ett parfymeri, som var generalagent i Sverige för en tysk färgtonande schamponeringskräm, hade inrättat en särskild rådgivningstjänst för allmänheten. Ett annat företag, som sålde samma schamponeringskräm på den svenska marknaden, hänvisade i bruksanvisning för krämen till parfymeriets rådgivningstjänst.

Opinionsnämnden fann förfarandet att åberopa parfymeriets kundtjänst innefatta ett otillbörligt utnyttjande av den försäljningsfrämjande åtgärd som kundtjänsten innebar. Förfarandet ansågs därför vara i strid mot god affärssed.

Utredningens rättspolitiska bedömning av marknadsföringsmetoder

En marknadsföringsmetod presenteras i regel genom en framställning av något slag. Sådana framställningar måste givetvis vara korrekta och vederhäftiga. Sker presentationen på ett oriktigt eller vilseledande sätt och är den

därigenom ägnad att påverka efterfrågan på vara, tjänst eller annan nytighet kan ingripande ske med stöd av 2 § i utredningens förslag.

Den rättspolitiska bedömning, som återstår att göra, gäller således inte presentationen av marknadsföringsmetoden utan *metoden såsom sådan*. Bedömningen kan avse metodens lämplighet från exempelvis distributions-ekonomisk, distributionsteknisk eller näringspolitisk synpunkt. Värderingar av detta slag bör emellertid som utredningen tidigare framhållit inte påverka utformningen av stadgandena i en lag om otillbörlig konkurrens. Vad som skall diskuteras är enligt utredningens mening väsentligen huruvida någon marknadsföringsmetod generellt eller i viss individuell utformning framstår såsom etiskt klandervärd och därför ej bör få användas.

Mot *kombinationsutbud* av skilda slag har den anmärkningen gjorts att de innefattar ett moment av vilseledande därigenom att de försvårar för kunderna att göra prisjämförelser eller erforderliga vägningar av pris mot kvalitet och andra faktorer, som har betydelse för behovstillfredsställelsen.

Utredningen anser inte att denna anmärkning är generellt giltig. Vägningen av olika faktorer, som påverkar frågan om ett visst utbud till ett visst pris är mest förmånligt för kunden, kan säkerligen i vissa fall vara svårare vid separata utbud. Men kombinerade utbud kan ges sådan utformning att förfarandena på ett klandervärd sätt innebär — som det heter i 2 § IKL — utnyttjande av allmänhetens godtrogenhet. I så fall bör de vara angripbara med stöd av en lagstiftning mot otillbörlig konkurrens.

Tilläggserbjudanden i allmänhet och särskilt sådana där tilläggsvaran saknar samband med huvudvaran och där säljargumenteringen är koncentrerad på tilläggsvaran har vidare ansetts etiskt oförsvarliga av det skälet att de vädjar till irrationella faktorer och drar kundens intresse från det han egentligen betalar för, nämligen huvudvaran, till något som sakligt sett inte har med huvudvaran att skaffa. I ytterlighetsfall skulle kunna tänkas att huvudvaran köps uteslutande för att kunden eller kanske hans barn vill ha »presenten».

Gentemot denna invändning mot tilläggserbjudanden — och likande invändningar mot andra marknadsföringsmetoder — vill utredningen helt allmänt understryka, att den anser det angeläget att reklam och försäljning där det låter sig göra främst inriktas på saklig argumentering om varors egenskaper, användbarhet, pris o. dyl. En utveckling mot större saklighet i marknadsföringen kan dock knappast främjas effektivt genom negativa åtgärder såsom generella förbud mot vissa marknadsföringsmetoder. Däremot kan enligt utredningens uppfattning en intensifierad konsumentupplysning och konsumentfostran verka som en stimulans för sakligt inriktad marknadsföring.

Emellertid är inte sällan möjligheterna till saklig argumentering begränsade, såsom då det gäller varor som inte skiljer sig från varandra i funktionen utan endast till utseendet. Dessa möjligheter kan också vara i

stort sett uttömda, såsom då det gäller väl kända märkesvaror med i allt väsentligt samma egenskaper. Att för sådana fall förbjuda användningen av reklam eller marknadsföringsmetoder skulle knappast vara förenligt med den marknadshushållning med fri konkurrens, på vilken vårt samhällsekonomiska system bygger. För övrigt kan det även ur köparens synpunkt vara berättigat att säljaren också i fall, där saklig argumentering är möjlig, vädjar till irrationella preferenser hos köparna. Sådana vädjanden kan ge anledning till köp, som ger lika stor behovstillfredsställelse som köp på rationella grunder. Därför bör enligt utredningens mening ett generellt förbud mot tilläggserbudanden inte införas.¹

Mot introduktionen av *trading stamps* i Sverige har framförts varningar främst av distributionsteknisk och distributionsekonomisk natur. Man har hävdad att varudistributionen med dem skulle tillföras mer besvär och kostnader än som uppvägs av intäkter på grund av ökad omsättning. Frågor av denna art anser utredningen emellertid som nämnts inte böra övervägas i detta sammanhang.

Men det har också sagts att *trading stamps* är vilseledande därför att det inte skulle vara möjligt för kunden att bedöma kostnaden för och värdet av den förmån, som tillförs honom genom märkena. Detta synes gälla oavsett om märkena tillhandahålls av ett rabattmärkesföretag eller exempelvis en märkesvaruproducent eller ett detaljhandelsföretag. Finns emellertid på varjeärke ett kontantvärde utsatt och har kunden möjlighet att kräva märkena inlösta alternativt i kontanter eller i standardvaror, vilkas värde kunden i stort sett kan bedöma, kan systemet inte fördömas från etisk synpunkt. Likheten med vanlig årsomsättningsrabatt är då påtaglig. Är de angivna förutsättningarna inte uppfyllda, kan systemet däremot innebära ett otillåtligt utnyttjande av allmänhetens godtrogenhet. Är detta förhållandet, bör ingripande kunna ske med stöd av en lagstiftning mot otillbörlig konkurrens.²

Bedömningen av sådana marknadsföringsmetoder som *rabattkuponger*, vilka berättigar kunden till prisnedsättning på varan, *prisnedstämpling* på färdigförpackade märkesvaror, *punktprissättning* i detaljhandeln och *särskilda rabatter till intresseföreningar* är väsentligen av ekonomisk natur och hänger nära samman med tillämpningen av KBL. Såsom tidigare anförts anser utredningen att sådana marknadsföringsmetoder inte bör behandlas i en lag om otillbörlig konkurrens. Här som eljest gäller dock givetvis att presentationen av metoderna måste vara korrekt för att inte strida mot 2 § i utredningens förslag.

I fråga om *vilseledande förpackningar* bör i första hand uppmärksammas den situationen, att förpackningen ges sådan yttre storlek eller form att den

¹ Inom utredningen har avvikande mening om tilläggserbudanden uttalats av hrr Gillberg och Jacobsson.

² Avvikande mening om *trading stamps* har uttalats av hrr Gillberg, Jacobsson och Uggla.

redan därigenom är ägnad att vilseleda om innehållets kvantitet eller beskaffenhet. Själva den yttre formen i och för sig torde inte kunna betecknas såsom en framställning och den allmänna bestämmelsen mot oriktiga och vilseledande framställningar i 2 § i utredningens förslag är följaktligen inte tillämplig. Användningen av sådana förpackningar bör emellertid kunna förbjudas med stöd av en lagstiftning mot otillbörlig konkurrens. De överväganden, som föregår ett beslut, bör i stort sett sammanfalla med dem, som föranleds av 2 §, men ytterligare faktorer kan tillkomma. Hänsyn måste exempelvis tas till att förpackningen är ändamålsenligt konstruerad från teknisk synpunkt, lämplig att transportera, lagerhålla och exponera samt lätthanterlig för konsumenten.

Mycket av vad som i övrigt behandlats under rubriken vilseledande förpackningar såsom otydliga eller vilseledande kvantitetsangivelser, missvisande kvantitetsbeskrivande ord och vilseledande illustrationer, är framställningar. De kan således bedömas med ledning av 2 § i utredningens förslag. »Udda» vikter och kvantiteter synes i vårt land inte förekomma i tillnärmelsevis samma utsträckning som i Förenta Staterna. Frågor om standardstorlekar på förpackningar och redogörelser för innehållet i och sammansättningen av märkesvaror hänger nära samman med frågan om varudeklarationer och standardisering av transportredskap m. m. De bör inte behandlas i en lagstiftning mot otillbörlig konkurrens.

Lotterier i säljfrämjande syfte för allmänheten är, som av det föregående framgår, i praktiken förbjudna i Sverige till följd av att de faller under det allmänna tillståndstvånget i lotteriförordningen och tillstånd till dem inte lämnas. Det har, såvitt utredningen har sig bekant, inte från något håll föreslagits, att säljlotterier skulle undantas från lotteriförbudet. För egen del finner utredningen inte heller anledning att föreslå ett sådant undantag. Lotterier i säljfrämjande syfte för allmänheten bör alltså även i fortsättningen vara underkastade tillståndstvånget i den allmänna lotteriförordningen.

Pristävlingar i säljfrämjande syfte, vilka avgörs genom bedömning av skilda individuella prestationer och inte genom en av slumpen helt eller delvis beroende anordning, faller utanför lotteriförordningen. Det föreligger alltså inte rättsligt hinder mot att använda en säljpristävling såsom marknadsföringsmetod. Utredningen kan inte finna det etiskt oförsvarligt i och för sig att pristävlingar används såsom led i marknadsföringen av varor och tjänster och föreslår ingen ändring i gällande rätt i denna del. Utredningen vill emellertid framhålla att många nu förekommande s. k. pristävlingar i säljfrämjande syfte för allmänheten i själva verket torde vara lotterier enligt definitionen i 1 § andra stycket lotteriförordningen (refererat på s. 195 ovan). Endast tävlingar som är så konstruerade att avgörandet inte alls beror på en slump är med säkerhet lagliga. Enligt utredningens mening ligger det i såväl näringslivets som konsumenternas intresse att överträdelser av lotteriförordningen inte förekommer.

Även egentliga säljpristävlingar kan vara utformade på ett från allmän synpunkt klandervärt sätt. För att vara godtagbar måste en pristävling enligt utredningens uppfattning uppfylla vissa formella minimikrav. Sålunda skall villkoren för deltagande i tävlingen vara tydligt, fullständigt och lättfattligt angivna. Vidare bör samma villkor för deltagande gälla för alla deltagare. Insatsens storlek får inte bero på en slump. Bedömningen av prestationerna måste ske på ett vederhäftigt sätt och i tävlingsbestämmelserna skall anges efter vilka grunder bedömningen skall ske. Anlitas jury för bedömningen skall juryns sammansättning anges. Det kan vara lämpligt att utnyttja den möjlighet till offentlig kontroll som notarius publicus-institutionen erbjuder.

Uppfyller säljpristävlingar inte rimliga anspråk i angivna hänseenden bör det vara möjligt att förbjuda dem med stöd av en lagstiftning mot otillbörlig konkurrens.

»Gåvoutdelningar» i säljfrämjande syfte kan, även om de inte skulle anses oförenliga med lotteriförordningen, i hög grad utsätta allmänheten för arrangörernas godtycke. Det är angeläget att principerna för utdelningen klarläggs så fullständigt att de ger en rimlig möjlighet till bedömning av utsikterna att få en »gåva». Erforderliga garantier måste också ges för att den uppgjorda planen verkligen följs vid fördelningen av »gåvorna». Utdelningar, som är otillfredsställande i här angivna hänseenden, bör kunna förbjudas med stöd av lagen om otillbörlig konkurrens.

Användningen av termerna *utförsäljning* och *realisation* har, som av redogörelsen ovan framgår, i många länder reglerats genom mer eller mindre ingående bestämmelser. En anledning härtill torde vara att termerna ansetts ha så stor suggestionskraft att allmänhetens intresse att inte utsättas för vilseledande ansetts fordra restriktioner i användningen av termerna.

Emellertid synes de särskilda bestämmelserna om speciella utförsäljningar, i varje fall såsom de utformats och tillämpats i Danmark, Finland och Norge, utgöra ett bräckligt värn mot vilseledande. Något hinder mot att anskaffa varor särskilt för utförsäljningen föreligger inte, blott det sker innan förteckning ingivits till polisen. Någon föreskrift om att utbudet till priset eller i något annat avseende skall vara förmånligt för kunderna finns inte. Här som eljest ankommer det på kunderna att väga pris mot kvalitet. Särskilt påtagligt är detta i fråga om skadade varor, där ej ens en i och för sig riktig uppgift om tidigare pris ger mycken ledning. Räknas i lagen uttömmande upp godkända anledningar till utförsäljning kan det — visar dansk praxis — inträffa att ett meddelande om prisnedsättning (exempelvis 25 % prisnedsättning i anledning av 25-årsjubileum) inte får göras, även om det visas vara helt korrekt. Innehåller lagen inte någon uppräkningslista av tillåtna utförsäljningsanledningar blir å andra sidan — visar norsk praxis — gränsen mellan otillåten utförsäljning och tillåten annan försäljning högst oklar. Inte heller lagregler om säsongrealisationer innebär någon garanti för att konsumenterna inte utsätts för vilseledanden. Regler-

na har i Danmark, Finland och Norge inte hindrat att särskilda varupartier tillverkats och saluhållits såsom realisationsvaror. Huruvida sådana varor innebär ett förmånligt alternativ för kunden ankommer på honom själv att bedöma. Även i fråga om varor som tidigare saluförts i affären och nedsetts i pris är det kundens sak att väga pris mot kvalitet och service, varvid särskilt är att märka att mindre service i olika avseenden normalt erbjuds vid realisationer.

Utredningen anser alltså inte att särskilda bestämmelser om utförsäljningar och realisationer är ändamålsenliga från den nu behandlade synpunkten. Utredningen vill emellertid understryka vikten av att den föreslagna vilseledandebestämmelsen tillämpas på vilseledande reklam i samband med speciella utförsäljningar och säsongrealisationer. Annonserar man med »Konkursutförsäljning», fastän endast en del av de utbudna varorna är konkursvaror, använder man en oriktig eller vilseledande framställning. Detsamma kan anses vara förhållandet om beteckningen »Försäljning av konkursvaror» används om en försäljning, som inte görs av konkursboet eller på dess uppdrag. Som regel torde i så fall den förutsättningen för stadgandets tillämpning att uppgiften är ägnad att påverka efterfrågan efter varorna vara uppfylld. Ägnat att påverka efterfrågan är det även att annonsera om utförsäljning på grund av att en rörelse skall upphöra. Pågår sådan annonsering under lång tid torde uppgiften ofta vara vilseledande. Under en såsom utförsäljning kungjord försäljning kan det vara företagsekonomiskt motiverat och gentemot kunderna försvarligt att i mindre utsträckning komplettera varulagret, men sker tillförsel i sådan utsträckning att en stor del av varulagret förnyas under loppet av utförsäljningen, motsvarar uppgiften inte allmänhetens föreställning om innebörden av denna term och är därför vilseledande. Hyr man lokal i ett rivningshus, där man tidigare inte haft affär, och driver man där försäljning av varor under uppgift om att det är fråga om en utförsäljning föranledd av att huset skall rivas, torde som regel förutsättningarna för tillämpning av vilseledandebestämmelsen vara uppfyllda. Åberopas vid utförsäljning av ett varuparti att partiet skadats av brand, rök, vatten o. dyl., får partiet som regel inte kompletteras med andra varor. Sker detta torde den åberopade uppgiften anses vilseledande. Över huvud taget lär erfarenheten att termerna utförsäljning och realisation ofta missbrukas, dock knappast i så hög grad att de över huvud taget inte längre påverkar efterfrågan efter de utbudna varorna. Med hjälp av 2 § i utredningens förslag bör därför missbruken kunna stävjas.

Den negativa avtalsbindningen, använd som marknadsföringsmetod gentemot allmänheten, framstår i regel såsom moraliskt betänklig eller klart otillbörlig. Däremot kan metoden i vissa speciella situationer, särskilt om parterna tidigare står i avtalsförhållande med varandra, inte helt fördömas.

Det otillbörliga i negativ avtalsbindning som marknadsföringsmetod gent-

emot allmänheten består väsentligen däri att man utnyttjar allmänhetens okunnighet om civilrättens regler till att inge dem, som metoden riktar sig till, en oriktig föreställning om juridisk bundenhet. Erfarenheterna från Näringslivets Opinionsnämnd visar att också andra tvivelaktiga moment kan tillkomma, såsom att man genom en handling som framstår som generös kan utöva en viss moralisk press på mottagarna. Utredningen finner det angeläget att möjlighet ges att under rättsligt tvång förbjuda användningen av marknadsföringsmetoden i de fall, då den brukas på ett moraliskt klandervärt sätt.

Övervältring av prestation på konkurrent utan ersättning för denne är ett problem som accentuerats av den prisörklighet och den konkurrens mellan olika distributionsformer, som avsågs med och även blivit en följd av KBL. Allmänheten har möjlighet att skaffa sig informationer om varor i den öppna fackhandeln och sedan förvärva dem genom lågpriskanaler. De problem detta kan medföra är väsentligen distributionsekonomiska och näringspolitiska. De hänger nära samman med tillämpningen av KBL. Den rättsliga bedömningen av dessa problem måste därför enligt utredningens mening ske inom ramen för sagda lag.

Att ett företag utan egen exponering av varor direkt uppmanar kunderna att undersöka dem i öppen butik och sedan köpa dem till lägre pris hos företaget i fråga får däremot anses vara en etiskt oförsvarlig handling, som bör kunna förbjudas med stöd av en lagstiftning mot otillbörlig konkurrens. Detsamma gäller sådant utnyttjande av annat företags service, som exemplifierats i ovan refererade opinionsnämndsfall (NOp 1958 rf. 17).

Den rättspolitiska bedömningen i de övriga nordiska länderna

De övriga nordiska kommittéernas bedömningar av marknadsföringsmetoder har i viss mån gett annat resultat än den svenska kommitténs. Inbördes är de danska, finska och norska resultaten inte heller överensstämmande med varandra.

Det norska förslaget innehåller flera specialbestämmelser om olika marknadsföringsmetoder medan de finska och danska har endast en vardera. De danska och norska förslagen är inte enhälliga. I Danmark finns minoriteter som vill ha fler specialbestämmelser, medan i Norge minoriteterna vill ha färre sådana bestämmelser.

Det danska förslaget innehåller inget specialstadgande om *tilläggserbjudanden*, tilgift, eller om *kombinationsutbud*. Däremot föreslås ett efter engelskt mönster utformat stadgande om *trading stamps*. Man föreslår att om en näringsidkare vid avsättning av varor eller tjänster ger rabatt eller annan prestation i form av märken, kuponger och liknande till senare inlösning, skall märkena på tydligt sätt vara försedda med utställarens namn och firma och med uppgift om ett värde i danskt mynt. Vidare föreslås att

rabattmärkesutställaren skall ha skyldighet att inlösa märkena till angivet värde, när märken till ett belopp, vars storlek bestäms av handelsministern, begärs inlösta (§ 5). Det förordas att detta värde fastställs till fem kronor. En minoritet i den danska kommittén vill bibehålla gällande lags förbud mot tilgift och förmedling av rabattprestation.

I Norge föreslås att tilgiftsförbudet med vissa modifikationer bibehålls. Med tilgift avser man enligt en definition i lagförslaget en gåva eller prestation, som ges under förutsättning av varuköp. Som tilgift anses också att det för en vara, tjänst eller annan prestation, som därtill brukas, beräknas ett särskilt lågt pris. Huvudregeln skall vara att tilgift inte får ges eller erbjudas i detaljhandeln, men undantag görs när tilgiften är av samma slag som huvudvaran eller får anses som tillbehör till den eller är en prestation, som har rimligt och naturligt samband med huvudvaran. Rabatt och tillbakabetalning på köp räknas enligt förslaget inte som tilgift och heller inte kuponger o. dyl., som bara kan inlösas i pengar. Trading stamps, som är inlösbare i varor eller alternativt i varor och pengar, förbjuds alltså enligt förslaget. Slutligen sägs att det inte anses som tilgift att det till huvudvaran fogas ett prov av en annan vara än huvudvaran, när avsikten uppenbart inte är att påverka försäljningen av huvudvaran (§ 6). En minoritet i den norska kommittén föreslår att trading stamps skall vara tillåtna under förutsättning att de kan krävas inlösta i pengar. För att sådana märken skall vara lovliga fordras att inlösningsbeloppet finns angivet på dem. Skall de alternativt vara inlösningsbara i varor får inlösningsbeloppet i pengar inte sättas väsentligt lägre än vanligt pris på ifrågakommande varor. En annan minoritet i den norska kommittén föreslår att tilgiftsförbudet helt upphävs.

I fråga om *reklamlotterier* föreslås i Danmark att de liksom andra lotterier skall bedömas enligt kriterierna i den allmänna lotterilagstiftningen, vilken står inför revision. Man rekommenderar att insatsbegreppet i lotterilagen genom lagändring förklaras omfatta inte bara kontant insats utan också förvärv av varor och tjänster mot betalning. Därmed kommer man, om nuvarande praxis bibehålls, normalt inte att kunna få tillstånd till reklamlotterier, i vilka insatsen består av varuköp. En minoritet föreslår att lotterier i reklamändamål generellt förbjuds i konkurrenslagen. En annan minoritet anser att det inte finns skäl vare sig att införa lotteriförbud i konkurrenslagen eller att ändra insatsbegreppet i lotterilagen på så sätt att reklamlotterier därigenom förbjuds.

Den finska kommittén föreslår ett stadgande av innehåll att ingen i näringsverksamhet får lämna eller utlova förmån, vars erhållande beror på utlottning eller annars på tillfällighet, för så vitt möjligheten att erhålla förmånen förutsätter att betalning erläggs eller vederlag annars presteras (6 §).

Det i Norge föreslagna tilgiftsförbudet, som gäller i detaljhandeln vid köp av varor, omfattar också lotterichans som är avhängig av köptvång. Man har emellertid funnit att det behövs ett lotteriförbud också för serviceverk-

samheter och andra verksamheter, som utbjuder tjänster. Man föreslår därför ett generellt lotteriförbund i form av stadgande enligt vilket lottdragning eller annan form av slumpmässig fördelning av varor, tjänster eller andra prestationer bland förbrukare inte skall vara tillåten, om det för deltagande fordras att en vara eller annan prestation förvärvas mot betalning. Vidare föreslår kommittén att det sätts ett »tak» på vinsterna vid reklamlotterier, oberoende av om dessa är insatslotterier eller inte. Lagtekniskt åstadkommer man detta genom en hänvisning till den allmänna lotterilagen, som ger vederbörande departement befogenhet att fastställa en maximigräns för vinster (§ 7). Någon exakt värdegräns för högsta vinst föreslår kommittén inte, men den nämner som tänkbara belopp 10 000—15 000 kronor. En minoritet i den norska kommittén anser att det inte bör införas något lotteriförbud.

I fråga om *utförsäljningar och realisationer* föreslås i både Danmark och Finland att gällande specialbestämmelser upphävs. Man anser att det inte behövs någon annan specialbestämmelse än den som föreslås mot vilseledande reklam m. m. En minoritet i den danska kommittén vill dock bibehålla gällande lagreglering med vissa modifikationer.

Den norska kommittén föreslår en allmän bestämmelse om rätten att använda termerna *utförsäljning*, *realisation* och liknande i reklam samt vissa ordningsföreskrifter i anslutning därtill. Majoriteten anser detta förslag tillräckligt och föreslår därför att gällande rätts reglerande föreskrifter upphävs.

En minoritet föreslår som komplement till den nämnda allmänna bestämmelsen vissa föreskrifter om hur länge säsong- och inventeringsrealisationer skall få hållas.

Det norska förslaget i fråga om rätten att använda termerna *utförsäljning* och *realisation* m. m. har följande innehåll. Kungörelser och andra meddelanden om *utförsäljning*, *realisation* eller annan form av försäljning i detaljhandeln till nedsatta priser får bara användas när priserna på de utbudna varorna verkligen är nedsatta. Gäller en sålunda kungjord *utförsäljning* inte hela affärens varubehållning, skall det ordnas på så sätt att kunderna kan se vilka varor *utförsäljningen* gäller. Omfattar *utförsäljningen* varor med fel eller kvalitetsbrister föreligger skyldighet att genom märkning, skyltar e. dyl. göra kunderna uppmärksamma härpå. Envar har skyldighet att ge polisen de upplysningar som krävs för kontroll av dessa bestämmelser (§ 8). Den av minoriteten föreslagna kompletteringen innehåller att rätten att hålla *utförsäljningar* som kungörs som säsong*utförsäljning*, inventerings*utförsäljning* e. dyl. skall begränsas till två gånger per år och att varje sådan *utförsäljning* får pågå maximalt en månad. För att möjliggöra för affärer med varierat varusortiment att hålla *utförsäljningar* avdelningsvis för att kunna följa branschmässiga *utförsäljningstider* rekommenderas möjlighet till dispens från denna huvudregel.

I övrigt förekommer inga specialbestämmelser i de nordiska förslagen.

En minoritet i den danska kommittén föreslår emellertid ytterligare tre specialbestämmelser. Man vill ha ett stadgande om »*leverantör rabattmärken*», enligt vilket näringsidkare inte får utan vederlag utlämna kuponger eller liknande, som tjänar till hel betalning eller delbetalning i efterföljande omsättningsled av närmare angivna varor eller tjänster. Vidare vill man ha förbud mot »*snöbollssystemet*», vilket innebär att näringsidkare säljer kuponger eller liknande, som berättigar till förmånligt förvärv av varor eller tjänster under förutsättning att köparen genom vidare utbredning av kupongerna tillför verksamheten nya kunder. Slutligen föreslås också förbud mot »*organiserad rabatt*» i förhållande till konsumenter. Med organiserad rabatt avses rabatt till personer i kraft av deras medlemskap i en förening eller anställning på ett bestämt ställe.

Som komplettering till de föreslagna specialbestämmelserna finns i vart och ett av de övriga nordiska förslagen liksom i gällande rätt i dessa länder en allmän bestämmelse, en s. k. *generalklausul*.

Otillbörlig efterbildning

Ett praktiskt problem, som erbjudit rättsliga svårigheter i många länder, är den s. k. slaviska efterbildningen. Härmed förstås plagiering av ett objekt, till vilket någon ensamrätt inte är erkänd i lag. Den slaviska efterbildningen kan avse exempelvis mönster, modell, konstruktion, kännetecken eller bestämmd marknadsföringsmetod.

Den slaviska efterbildningen anses vara ett brännande problem för vissa branscher, särskilt textil- och konfektionsbranscherna. Erfarenheterna från Näringslivets Opinionsnämnd och Svenska Slöjdföreningens Opinionsnämnd visar att problemet också är aktuellt inom andra branscher.

Termen slavisk efterbildning ger närmast intrycket av att det är fråga om exakt kopiering. Praktiskt sett synes det emellertid inte möjligt att begränsa ämnet till ren kopiering. Även annat mycket närgånget efterbildande måste beaktas i detta sammanhang. Den här använda termen är därför otillbörlig efterbildning.

Vid försök att erbjuda rättsliga medel mot otillbörlig efterbildning uppstår svårigheter att finna kriterier, efter vilka avvägningen skall ske mellan den kränktes intresse av skydd mot att hans genom den immaterialrättsliga ensamrättslagstiftningen inte skyddade objekt plagieras och det allmänna intresset av rörelsefrihet utanför den gräns mellan skyddat och oskyddat, som lagstiftaren efter moget övervägande dragit i de olika ensamrättslagarna.

För att ge en bakgrund till utredningens överväganden ges först en summarisk översikt över de immaterialrättsliga ensamrätterna. Översikten begränsas i stort sett till ett kortfattat angivande av objekten för ensamrätt och påföljderna av att ensamrätterna träds för när.

Gällande svensk rätt

De ensamrätter, varom här är fråga, är dels de *tidsbegränsade* patent-, mönster- och upphovsrätterna samt rätten till fotografisk bild, dels de i princip *icke tidsbegränsade* känneteckensrätterna, dvs. varumärkes- och firmarätterna. Av de tidsbegränsade rättigheterna uppkommer patent- och mönsterrätterna efter förprovning och någon form av registrering, medan upphovsrätten till litterära och konstnärliga verk m. m. uppstår genom verkets tillblivelse oberoende av förprovning och registrering. Varumärkes- och firmarätterna förvärvas genom förprovning och registrering eller genom inarbetning.

Patent kan enligt den nya patentlagen, som beräknas träda i kraft under 1967, erhållas på uppfinning, som kan tillgodogöras industriellt. Enligt förarbeten måste vissa förutsättningar vara uppfyllda för att det skall föreligga en uppfinning i patenträttslig mening, bl. a. måste uppfinningen vara ny, ha teknisk karaktär och teknisk effekt samt vara reproducerbar (prop. 1966: 40 s. 54).

Patent meddelas för en tid av 17 år från ansökan.

Uppsåtligt patentintrång är straffbart. Patentintrång av uppsåt eller oaktsamhet föranleder ersättningsskyldighet. Även patentintrång, som inte sker uppsåtligt eller av oaktsamhet, kan medföra begränsad ersättningsskyldighet, om och i den mån det finnes skäligt.

I fråga om *mönster* gäller enligt den nuvarande mönsterlagen från 1899 att endast sådana mönster som begagnas vid tillverkning till avsalu av alster tillhörande metallindustrien kan skyddas. Enligt rättspraxis gäller lagen bara prydnadsmönster, inte nyttomönster. Skydd vinnes genom registrering, som endast kan avse nya mönster.

Skyddet för registrerat mönster omfattar en tid av 5 år från ansökan.

Den som gör intrång i rätt till mönster, som han vet vara registrerat, straffas. Bara straffbar överträdelse medför skadeståndsskyldighet.

Enligt ett av mönsterskyddskommittén framlagt förslag till ny mönsterlag (SOU 1965: 61) förstås med mönster förebilden för en varas utseende eller för ett ornament. Begränsningarna till viss industri och till prydnadsmönster är upphävd. Ensamrätt vinns genom registrering. Mönsterrätt förvärvas endast för mönster, som väsentligen skiljer sig från vad som blivit känt, innan ansökan om registrering gjordes.

Mönsterregistrering gäller enligt förslaget i 5 år från ansökan och kan på begäran förnyas för ytterligare två 5-årsperioder.

Förslagets bestämmelser om sanktioner vid mönsterintrång är utformade väsentligen på samma sätt som patentlagens motsvarande bestämmelser vid patentintrång.

Föremål för *upphovsrätt* är enligt 1960 års upphovsrättslag litterärt eller

konstnärligt verk, vare sig det utgör skönlitterär eller beskrivande framställning i skrift eller tal, musikaliskt eller sceniskt verk, filmverk eller alster av bildkonst, byggnadskonst, konsthantverk eller konstindustri eller kommit till uttryck på annat sätt. Till litterärt verk hänförs karta, så ock annat i teckning eller grafik eller i plastisk form utfört verk av beskrivande art.

Upphovsrätt till ett verk gäller som regel i 50 år efter upphovsmannens död eller, om verket publicerats anonymt eller pseudonymt, i 50 år efter verkets offentliggörande. För alster av konsthantverk eller konstindustri gäller rätten dock endast i 10 år efter alstrets offentliggörande. Genom en särskild övergångsbestämmelse har dock föreskrivits, att rätt till sådana alster skall, om rätten eljest skulle upphöra vid utgången av något av åren 1960—1970, gälla intill utgången av 1971. Mönsterskyddsutredningen, som haft i uppdrag att överväga rättsskyddet för alster av konsthantverk och konstindustri, eller med utredningens terminologi alster av brukskonst, föreslår nu samma skyddstid för dessa alster som för annan konst (SOU 1965: 61 s. 203).

Vissa upphovsrätten närstående rättigheter regleras också genom upphovsrättslagen. Sålunda får grammofonskiva eller annan anordning, på vilken ljud upptagits, ej utan framställarens samtycke eftergöras förrän 25 år från upptagningen. Katalog, tabell eller annat dylikt arbete, vari sammanställts ett stort antal uppgifter, må ej utan framställarens samtycke eftergöras förrän 10 år efter utgivandet.

Intrång i upphovsrätt, som sker uppsåtligen eller av grov oaktsamhet, straffas. Ersättning kan utdömas vid uppsåtligt eller oaktsamt utnyttjande samt även, i begränsad utsträckning, vid utnyttjande i god tro. Dessa regler äger motsvarande tillämpning på de upphovsrätten närstående rättigheter, som regleras i lagen.

Den som framställt en *fotografisk bild* har enligt lagen om rätt till fotografisk bild av 1960 med vissa inskränkningar uteslutande rätt att genom fotografi, tryck, teckning eller annat förfarande framställa exemplar av bilden, ävensom att visa den offentligt.

Rätten till fotografisk bild gäller i regel i 25 år efter bildens framställning. För fotografisk bild, som äger konstnärligt eller vetenskapligt värde, gäller rätten dock i 50 år efter fotografens död.

Bestämmelserna om sanktioner mot överträdelse av lagen är utformade på i huvudsak samma sätt som motsvarande bestämmelser i upphovsrättslagen.

Ensamrättens föremål enligt 1960 års varumärkeslag är *varumärke* såsom särskilt kännetecken för att från andras varor eller tjänster skilja sådana varor eller tjänster, som näringsidkare tillhandahåller i sin rörelse. Varumärke kan bestå av figur, ord, bokstäver eller siffror, så ock av säregen utstyrsel av vara eller dess förpackning. Ensamrätten förvärfvas genom registrering eller inarbetning. Genom inarbetning kan även förvärfvas ensamrätt till slagord eller annat i näringen använt särskilt varukännetecken.

Enligt kollektivmärkeslagen kan förening av näringsidkare genom registrering eller inarbetning förvärva ensamrätt till varumärke eller annat varukännetecken att av medlem användas för varor eller tjänster, som han tillhandahåller i sin rörelse. Offentlig myndighet, stiftelse eller sammanslutning, som bedriver kontroll av varor eller tjänster, kan också förvärva ensamrätt till varumärke eller annat varukännetecken att användas för varor eller tjänster, som är föremål för kontroll. Här avsett varumärke kallas *kollektivmärke*.

Rätten till varumärke eller särskilt varukännetecken samt till kollektivmärke är icke tidsbegränsad i vidare mån än att registrering för att förbli gällande måste förnyas vart tionde år.

Obehörigt användande av förväxlingsbart varumärke — varumärkesintrång — straffas, om det sker uppsåtligt. Intrång av uppsåt eller oaktsamhet föranleder skadeståndsskyldighet med möjlighet till jämkning vid ringa oaktsamhet.

Med *firma* förstås enligt firmautredningens ännu ej publicerade förslag till firmalag det namn varunder näringsidkare driver sin verksamhet och som han vid därvid förekommande underskrifter tecknar. Ensamrätten, som enligt gällande rätt i princip uppstår genom firmas antagande och användande, vinnas enligt förslaget genom registrering eller inarbetning. Genom inarbetning förvärvas enligt förslaget ensamrätt också till annat för näringsverksamheten använt kännetecken.

Rätten till firma eller annat för näringsverksamheten använt kännetecken är icke tidsbegränsad.

Vid firmaintrång finns enligt gällande rätt möjlighet till förbudstalan. Enligt förslaget är sanktionerna vid firmaintrång desamma som vid varumärkesintrång.

Till följd av brister i de äldre känneteckenslagarna infördes 1942 som ett provisorium 9 § IKL. Enligt första stycket i denna paragraf straffas den som i utövning av näringsverksamhet använder namn, firma, varumärke, utstyrsel eller annat kännetecken, som lätt kan förväxlas med förut här i riket inarbetat kännetecken för annans näringsverksamhet eller däri utbjudna varor eller prestationer, under förutsättning att användningen sker med uppsåt att framkalla sådan förväxling. Vid antagandet av den nya varumärkeslagen stadgades emellertid i ett andra stycke till 9 § att vad i första stycket sagts inte skulle äga tillämpning, där det kännetecken, med vilket förväxling kunde äga rum, var skyddat enligt varumärkes- eller kollektivmärkeslagen. Andra stycket till 9 § IKL är ett uttryck för den princip, som varit vägledande vid revisionen av känneteckenslagstiftningen i Sverige, nämligen att ämnet skall ges en uttömmande behandling i speciallagstiftningen. Frågan om och i vad mån kännetecken åtnjuter rättsskydd skall alltså bedömas uteslutande med ledning av varumärkes-, kollektiv-

märkes- och firmalagarna. I konsekvens härmed kommer firmautredningen att vid framläggande av förslaget till ny firmalag föreslå att 9 § IKL upphävs.

Ett angrepp på de genom de immaterialrättsliga ensamrättslagarna skyddade intressena betecknas alltså som intrång i dessa. I fråga om kännetecknen är emellertid lagarna inte begränsade till att medge inskridande vid kränkning av vad man skulle kunna kalla innehavarens privaträtt till kännetecknet. Även allmänhetens intresse av att inte utsättas för vilseledande tillgodoses på flera sätt i varumärkeslagen och förslaget till firmalag. Kännetecken, som är ägnade att vilseleda allmänheten, får sålunda inte registreras. Vidare stadgas att om kännetecknen efter överlåtelse är vilseledande i den nye innehavarens hand äger domstol vid vite förbjuda användning av det. Sådant förbud kan också eljest meddelas om kännetecknen är vilseledande eller om innehavaren eller annan med hans medgivande använder kännetecknet på sådant sätt att allmänheten vilseleds.

Ensamrätternas objekt och omfattning bestäms, förutom av lagstadganden, av lagarnas tillämpning i praktiken. Om ensamrätten grundas på registrering fastställs föremålet för rätten genom registreringsmyndigheters och besvärinstansers beslut. Uppkommer ensamrätt oberoende av registrering ankommer på domstol att pröva dess objekt. Omfattningen av skyddet bestäms av domstolsavgöranden i intrångsmål.

Prövningen av *patentansökningar* ankommer på patent- och registreringsverkets patentavdelning. Över dess beslut kan besvär anföras till patentverkets besväravdelning. Sista instans är f. n. regeringsrätten. Utöver administrativ praxis finns också domstolspraxis i intrångsmål.

Ansökningar om registrering av *mönster* handläggs enligt gällande lag av patentverkets varumärkesbyrå. Andra och sista instans är regeringsrätten. Enligt förslaget till mönsterlag skall prövning av mönsterregistreringsansökningar också i fortsättningen göras av patentverket. Instansordningen vid besvär föreslås bli densamma som i varumärkesärenden. Till följd av de enligt gällande lag och praxis begränsade möjligheterna att registrera mönster är antalet ansökningar relativt litet. Antalet regeringsrättsavgöranden är obetydligt. Det är osäkert om det förekommit mer än en intrångsprocess, som avgjorts i högsta instans (NJA 1932 s. 639). Om förslaget till mönsterlag antas, väntas mönsterrätten få väsentligt ökad betydelse.

Eftersom något registreringsförfarande inte förekommer inom *upphovsrätten* är den rättsliga prövningen av upphovsrättens objekt och omfattning helt förbehållen de allmänna domstolarna. I den del av upphovsrätten, som här främst är av intresse, nämligen frågan om vad som är att hänföra till verk av konstindustri och konsthantverk, finns en del avgöranden av högsta domstolen. Dessa avgöranden grundar sig på äldre lag, men då upphovsrättslagen 1960 inte innebär någon förändring i denna fråga, har de fortfarande

aktualitet. Av Orrefors glasbruk efter ritningar av Edvard Hald tillverkade graverade glas bedömdes som alster av konsthantverk (NJA 1931 s. 506), medan vissa huvuden av skyltdockor inte befanns vara av beskaffenhet att åtnjuta upphovsrättsligt skydd (NJA 1943 s. 547). Vissa funktionalistiska stålrörsstolar bedömdes, med tre röster mot två, inte förete sådan egenart i konstnärlig utformning att de kunde anses åtnjuta skydd såsom alster av konstindustri (NJA 1935 s. 712). En av Bengt Ruda skapad länstol i NK:s Trivaserie befanns däremot gestaltad i sådan konstnärlig form att den fick anses utgöra alster av konsthantverk och konstindustri; en annan stol, tillverkad efter likadan stomme, ansågs trots vissa skiljaktigheter i detaljer vara en otillåten efterbildning (NJA 1958 s. 68). En väggbokhylla, den s. k. Stringhyllan, ansågs i estetiskt hänseende äga sådan originalitet i formgivningen att den utgjorde ett alster av konstindustri (NJA 1962 s. 750). En väggspiegel, Luxusspeglern, försedd med framskjutande kantlist med spetsad profil, fann högsta domstolen i konstnärligt hänseende uppvisa sådan ursprunglighet och egenart, att den var ett alster av konstindustri (NJA 1964 s. 532). Om dessa rättsfall, se närmare SOU 1965: 61 s. 192. I samband med förslaget till förlängning av skyddstiden för brukskonst förordar mönsterskyddsutredningen en skärpning av kraven på konstverksegenskaper hos ett bruksföremål för att detta skall tillerkännas upphovsrättsligt skydd. Utredningen uttalar i anslutning härtill att de tre brukskonstalster — en stol, en bokhylla och en väggspiegel — som senast bedömts av högsta domstolen med den förordade skärpningen knappast motsvarar de krav, som framdeles bör vara gällande. För alster av denna karaktär synes enligt mönsterskyddsutredningen mönsterrätten erbjuda en lämplig skyddsform (SOU 1965: 61 s. 210).

För de inte tidsbegränsade ensamrätterna är karakteristiskt att de alla avser *kännetecken* av något slag. I varumärkeslagens 5 § understryks varukänneteckens karaktär genom ett uttryckligt stadgande om att ensamrätt därtill inte innefattar sådan del av kännetecknet, som huvudsakligen tjänar att göra varan eller dess förpackning mera ändamålsenlig eller eljest att fylla annan uppgift än att vara kännetecken.

Ansökningar om registrering av varumärke prövas av patentverkets varumärkesbyrå. Överinstanser är patentverkets besväravdelning och regeringsrätten. I fråga om varumärken och andra kännetecken kompletteras administrativ praxis av domstolspraxis i intrångsmål.

Av särskilt intresse i detta sammanhang är de administrativa avgöranden, som föreligger om säregen utstyrsel av vara och av varas förpackning.

Endast två ansökningar om registrering av säregen utstyrsel av själva varan synes hittills ha prövats i högre instans. Det ena gällde tandkrämen Signal, »tandkrämen med de röda ränderna». Varumärkesbyrån avlog först ansökan om registrering, men sedan besväravdelningen funnit kännetecknet kunna godkännas såsom egentlig varuutstyrsel blev registrering beviljad.

Det andra fallet gällde elrakapparaten Philishave. Ansökningen om registrering av denna såsom säregen varuutstyrsel avsågs såväl av varumärkesbyrån som av besvärsavdelningen. Varumärkesbyrån och besvärsavdelningen framhöll att kravet på särprägel måste sättas speciellt högt vid sådan varuutstyrsel, som avsåg själva varans form, och att formgivningen av rakapparaten var funktionellt betingad och anslöt sig naturligt till apparatens inre konstruktion. Sökanden anförde besvär i regeringsrätten, som i utslag den 1 mars 1966 anförde att »enär rakapparaten form icke kan anses utgöra sådan säregen varuutstyrsel av vara som avses i 1 § varumärkeslagen, kan utstyrseln — oavsett vilken särskiljningsförmåga rakapparaten kan ha vunnit under marknadsföringen — icke registreras såsom varumärke». Regeringsrätten lämnade därför besvären utan bifall.

Förutom dessa fall kan nämnas några, i vilka en förpackningsindustri ansökt om registrering av glas- och plåtförpackningar. I en del av dessa ansökningar har förpackningar angivits såsom utstyrselns föremål (utstyrsel av vara). Här har praxis varit mycket restriktiv. Endast förpackningar med utpräglat originell utformning har registrerats som säregen varuutstyrsel.

Även vid prövningen av frågor om registrering av säregen utstyrsel av varans förpackning har myndigheterna varit restriktiva. Enkla och okomplicerade förpackningar har inte ansetts ägnade att fungera som kännetecken. Man har också betonat att sådana förpackningar bör stå till förfogande för varje näringsidkare. Vidare har man framhållit såsom angeläget att utstyrselskyddet inom varumärkesrätten inte begagnas som ett medel att kringgå patent- och mönsterlagstiftningens regler om skyddstidens begränsning. På dessa grunder har endast sådana »nakna» förpackningar, som haft markant originell utformning, registrerats som tredimensionell säregen varuförpackningsutstyrsel. Och i den mån särprägel vunnits på till formen enklare förpackningar med hjälp av mer eller mindre originella placeringar av exempelvis fält, märken och färger, har i regel vid registreringen undantag, s. k. disclaimer, gjorts för förpackningens form, om inte denna varit så banal — t. ex. en fyrkantig ask eller en vanlig flaska — att det bedömts som uppenbart att märkets innehavare inte genom registreringen tillerkänts någon ensamrätt till formen i fråga.

Gällande rätt i övriga nordiska länder samt i Tyskland och Schweiz

Lagstiftningen om de immaterialrättsliga ensamrätterna har utvecklats i nordiskt samarbete. I fråga om patent har under 1966 framlagts propositioner med förslag till nya, i huvudsak likalydande lagar i alla fyra länderna. Förslag till mönsterlag har framlagts i Sverige hösten 1965 och i Danmark våren 1966. Motsvarande förslag väntas i Finland och Norge under den närmaste tiden. Nya lagar om upphovsrätt med i stort sett samma innehåll har genomförts i samtliga länder efter andra världskriget. Detsamma är

förhållandet i fråga om varumärken. Förslag till nya firmalagar håller på att utarbetas i nordiskt samarbete.

Under hela den tid nu nämnt lagstiftningsarbete pågått har emellertid den skillnaden förelegat mellan Danmark, Finland och Norge, å ena, samt Sverige, å andra sidan, att man i de tre förstnämnda länderna men inte i Sverige haft en generalklausul, som ansetts kunna komplettera särslagstiftningen. Den största gruppen av danska generalklausuldomar avser just efterbildning av produkt. Redogörelse för dessa har lämnats av *Lund* i NIR 1958 s. 48, *Kobbernagel* i Konkurrencens retlige regulering I, Köpenhamn 1957 s. 212, och *Rasmussen* i Juristen 1964: 14 s. 385. Även i Finland och Norge har generalklausulen åberopats i efterbildningsfall. Norsk praxis har redovisats av *Brunsvig* i NIR 1960 s. 146.

Vad beträffar kännetecken har man i Danmark dessutom en särskild känneteckensbestämmelse i lagen om uretmaessig konkurrence. Enligt denna är det förbjudet för envar att »i erhversøjemed» använda namn, firma, affärskännetecken eller liknande, som inte tillkommer honom, samt att använda en honom rätteligen tillkommande beteckning på ett sätt, som är ägnat att medföra förväxling med en av annan näringsverksamhet rättsenligt förd beteckning. Uppsåtlig överträdelse av denna bestämmelse straffas. Denna s. k. lilla generalklausul kvarstår, i motsats till 9 § IKL, oförändrad även efter det ny varumärkeslag införts.

Även i Tyskland och Schweiz finns liksom i andra länder särskilda rättsregler till skydd för uppfinningar, mönster, upphovsrätt och kännetecken. Här skall dessa inte beröras utan endast några mer generella bestämmelser nämnas.

I den tyska lagen mot otillbörlig konkurrens finns en »liten generalklausul», som förbjuder användningen av namn, firma eller säregen beteckning på en näringsverksamhet på ett sätt som är ägnat att framkalla förväxling med det namn, den firma eller den säregna beteckning, som en annan rättsenligt begagnar. Bestämmelsen, som är enbart förbudssanktionerad, är begränsad till beteckningar, som i en eller annan form kännetecknar en verksamhet som sådan, och avser inte beteckningar som bara hänvisar till en bestämd vara.

I övrigt behandlas problemet slavisk efterbildning i Tyskland i mycket stor utsträckning inom ramen för generalklausulen mot otillbörlig konkurrens. Det finns en rikhaltig, svåröverskådlig, motsägelsefull och livligt diskuterad rättspraxis. Sammanfattningar finns exempelvis hos *Nerretter: Wettbewerbsrechtlicher Schutz technischer und ästhetischer Arbeitsergebnisse*, GRUR 1957 s. 408, och *Hammann: Über den sogenannten »sklavischen Nachbau» technischer Konstruktionen*, GRUR 1961 s. 171.

Bland exempel på vad som strider mot tro och heder enligt generalklausulen i den schweiziska lagens mot otillbörlig konkurrens civilrättsliga del nämns att man vidtar åtgärder, som är bestämda till eller ägnade att fram-

kalla förväxling med annans varor, verk, prestationer eller affärsrörelse. Föreligger uppsåt att framkalla förväxling är förfarandet straffbart.

Opinionsnämnder

Näringslivets Opinionsnämnd har understundom haft uppe frågor, som gränsar till patent- och mönsterlagstiftningens område. I ett fall, där det var fråga om efterbildning av väggskenor av viss konstruktion, ingående i ett s. k. hyllsystem, uttalade nämnden att den inte prövade efterbildning av rena konstruktioner (NOp 1958 rf. 37). Vid ett senare tillfälle, då fråga var om efterbildning av korsetter, anförde nämnden att den inte prövade ärendet i den mån detta gällde rätt till viss konstruktion eller tillverkningsmetod (NOp 1959 rf. 62).

Senare har nämnden emellertid ingått i sådan prövning, som här avses. I ett fall, som avsåg efterbildning av Melitta kaffefiltertratt, fann nämnden, bl. a. på den grunden att Melittatratten erhållit den yttre form som med hänsyn till dess tekniska funktion befanns mest ändamålsenlig och naturlig, att försäljning av en annan filtertratt med samma konstruktion och form som Melittas inte kunde anses stridande mot god affärssed (NOp akt nr 449/61). I fyra senare fall, avseende efterbildning av glaslock till stekpanna, termosflaska, pappersjulstjärna och torkhuv, fann nämnden att sådana element i de olika produkternas utformning, som kunde anses betingade huvudsakligen av konstruktiva eller funktionella hänsyn, i och för sig föll utom ramen för vad som borde skyddas enligt normen god affärssed. En produkt efterbildning kunde emellertid — fortsatte nämnden — avse även element, vilka hade annat ändamål än nu sagts, och fråga uppkom då om och hur efterbildning av sådana element borde bedömas enligt normen god affärssed. Vid ställningstagandet härtill borde enligt nämndens mening beaktas att Sverige ännu saknade en generell tillämplig mönsterlagstiftning. Nämnden ansåg därför, att nämnden, åtminstone så länge något egentligt mönsterskydd ej gavs i lag, borde taga på sig uppgiften att bedöma huruvida i visst fall efterbildning av produktutformning kunde anses strida mot god affärssed; den bedömning av efterbildning av produktutformning, som sålunda borde ankomma på nämnden, måste dock givetvis präglas av återhållsamhet och försiktighet. Från dessa utgångspunkter fann nämnden med närmare motivering att utformningen av de påstådda efterbildningarna av glaslocket, julstjärnan och torkhuv inte kunde anses strida mot god affärssed (NOp akt nr 570/62, 607/63 och 667/63; angående termosflaskan, NOp akt nr 605/63, se nedan).

Även mer känneteckensbetonade frågor om efterbildning av varors form eller dekor har prövats av Näringslivets Opinionsnämnd. Nämnden yttrar sig inte i frågan om ett anmält förfarande innefattar en lagstridig användning av annans skyddade kännetecken utan bedömer endast huruvida förfarandet kan anses stå i strid mot god affärssed.

I ett fall angående efterbildning av ett ishockeyspel konstaterade nämnden

att de omtvistade elementen inte kommit att känneteckna visst fabrikat (NOP 1958 rf. 38). I ett annat fall gällde frågan huruvida en av anmälaren tillverkad tobakspipa med hänsyn till formgivning och utseende i övrigt erhållit en sådan särprägel att anmälaren borde anses berättigad enligt god affärssed att ensam tillverka en pipa med detta utseende. Nämnden uttalade att likheten mellan anmälares tobakspipa och svarandens var påtaglig och att det var svårt för den normalt uppmärksamme iakttagaren att skilja piporna åt. Emellertid fann nämnden att anmälares pipa inte erhållit en sådan särprägel vad gäller formgivning, mönstring eller utseende i övrigt att anmälaren borde vara berättigad att med andras uteslutande tillverka en pipa av detta slag (NOP 1959 rf. 32 I). I ett tredje fall uppkom frågan huruvida marknadsförandet av en julgransmatta och en bordlöpare, vilka påstods utgöra en nära efterbildning av ett av anmälaren salufört dekorerat julpapper, kunde anses strida mot god affärssed. Nämnden bedömde endast frågan om svarandens julgransmatta och bordlöpare utformats på sådant sätt att de var ägnade att av allmänheten förväxlas med anmälares julpapper eller inge allmänheten en oriktig uppfattning angående julgransmattans och bordlöparens ursprung samt om svarandens förfarande från sådan utgångspunkt stred mot god affärssed. Nämnden fann att förväxlingsrisk inte kunde anses föreligga och att allmänheten sannolikt ej heller kunde vilseledas angående mattans och löparens kommersiella ursprung (NOP 1959 rf. 60). Vad slutligen angår den tidigare nämnda efterbildningen av en termosflaska fann nämnden att anmälares flaska, vars form — ytterhöljet var bl. a. försett med förhållandevis mycket kraftiga i genomskärning triangulära bommar med djupa refflor — och färgsättning — höljet var starkt blått, gult eller rött i kontrast mot bottenplattans och huvens vita färg — huvudsakligen tjänade som kännetecken och inte var funktionellt betingade, måste ha för allmänheten framstått som en vara med förhållandevis särpräglad utformning. Eftersom anmälares flaska sålts i betydande utsträckning och varit föremål för reklam, då efterbildningen började säljas, antog nämnden att åtskilliga köpare och andra förbundit anmälares flaska med ett visst fabrikat eller kommersiellt ursprung. Att båda flaskorna förmedlade samma minnesbild hos konsumenterna och följaktligen var förväxlingsbara fann nämnden uppenbart. Då efterbildningen var av lägre kvalitet, antog nämnden att förväxlingsrisken kunde vara till förfång för de köpare, som kände anmälares flaska och uppskattade dess egenskaper. Under hänvisning härtill fann nämnden att utformningen av den efterbildade flaskan inte kunde anses förenlig med god affärssed. Fyra av nämndens ledamöter var skiljaktiga och fann med något skiftande motiveringar att något mot god affärssed stridande förfarande inte borde anses ha förelegat.

- 3) Nämnden har också haft att ta ställning till varuutstyrelse, som avsett annat än själva varans form och dekor. En konserverfabrik hade påtalat att ett annat företag i samma bransch efterbildat en glasförpackning för räkor

och härigenom på ett otillbörligt sätt utnyttjat den good-will konservfabriken upparbetat för sitt glas såsom kännetecken för räkinläggningar. Till att börja med fann nämnden att glaset inte till formen utmärktes av sådan originalitet att det på grund därav kunde anses åtnjuta skydd mot efterbildning. Men konservfabrikens glas som förpackning för räkor ansågs i ej ringa mån inarbetat på marknaden, när det andra företags glas introducerades. Därför borde konservfabrikens glas åtnjuta skydd mot förväxling med andra glas som användes som förpackning för räkor. Eftersom den valda formen var i hög grad funktionsbetingad borde dock något skydd för själva formen inte kunna tillkomma konservfabriken ur synpunkten av god affärssed. Däremot borde konservfabriken kunna kräva att andra fabrikanter försåg sina förpackningar med sådan dekor att risk för förväxling ej kunde uppkomma hos allmänheten. Då emellertid konsumenten sällan direkt jämförde glasen, borde frågan om förväxlingsrisk avgöras på grundval av en bedömning av om förpackningarna kunde antas ge upphov till väsentligen samma minnesbild hos konsumenten. Med dessa utgångspunkter fann nämnden att det andra företaget vid utformningen av dekoren på sin förpackning inte vidtagit betryggande åtgärder för att skilja sin förpackning från konservfabrikens och att det andra företags förpackning följaktligen inte kunde anses förenlig med god affärssed (NOp aktnr 394/61).

När det gäller efterbildning av reklamalster har Näringslivets Opinionsnämnd i överensstämmelse med tidigare praxis gått ett steg vidare och stämplat efterbildning såsom stridande mot god affärssed, även i fall då det efterbildade alstret inte varit vare sig särpräglat eller inarbetat (se exempelvis NOp 1960 rf. 2 och 44). Nämnden har här gått längre än Grundregler för god reklam kräver. Där förbjuds visserligen reklammetoder, som består i efterbildning av illustration, reklamtext, layout, slagord eller annat alster av reklam men endast under förutsättning att metoderna är ägnade att framkalla förväxling exempelvis mellan olika varor och tjänster.

Yttranden om rättsskydd för brukskonst enligt upphovsrättslagen avges av Svenska Slöjdföreningens Opinionsnämnd. Dess yttranden för tiden 1954—1963 har publicerats i *Upphovsrättsligt skydd för brukskonst*, Stockholm 1965, till vilken hänvisas.

Rundfrågan m.m.

I anslutning till en presentation av problemet slavisk efterbildning i rundfrågepromemorian ställdes två frågor, nämligen om skydd mot otillbörligt plagiat borde ges i en ny lag mot otillbörlig konkurrens samt om i så fall ett dylikt skydd borde ges i en särskild bestämmelse eller om det med större fördel kunde inrymmas i en generalklausul.

De flesta ansåg att skydd mot otillbörlig efterbildning inte borde ges genom en specialbestämmelse i en lag mot illojal konkurrens. Man ansåg i

stället att frågan borde lösas inom ramen för en ny mönsterlag eller genom en generalklausul. Det framhölls emellertid att generalklausulen inte fick tillämpas så att i hägnet av den tillkom till tiden inte bestämda rättigheter av immaterialrättslig natur, något som skulle vara ägnat att hämma utvecklingen på marknadsföringens område. Hänvisningar gjordes också till att visst skydd mot efterbildning kunde erhållas redan genom dåvarande konstverks- och varumärkeslagar samt patentförordningen. Från ett håll framfördes att vad som föll utanför en reviderad mönsterlag och upphovsrätten inte borde regleras i lag utan av näringslivets egna organisationer såsom Näringslivets Opinionsnämnd och liknande.

I några svar gavs emellertid uttryck för den uppfattningen att skydd mot otillbörligt plagiat borde ges i en särskild bestämmelse. Det framhölls från ett håll att slavisk efterbildning, mot vilken skydd inte gavs genom förefintliga skyddsätter för patent, olika kännetecken i näringsverksamhet, mönster och konstnärligt skapande, i vissa fall framstod som otillbörlig. Det förutsattes emellertid därvid att specialbestämmelsen endast avsåg verkligt slavisk efterbildning av varans yttre form. Från ett annat håll angavs som exempel på särskilt stötande slavisk efterbildning att efterbildningen gjordes med tillhjälp av personal, som efterbildaren lockade till sig från den som tillverkade originalvaran, att efterbildningen gjordes med tillhjälp av upplysningar och erfarenheter som vunnits tack vare ett samarbetsavtal, exempelvis för legotillverkning, att efterbildningen avsåg att spara eget arbete och/eller egna omkostnader samt att efterbildningen utgjorde direkt avgjutning av produkt. I detta svar framhölls särskilt att skyddet mot slavisk efterbildning borde vara tidsbegränsat.

Textilrådet och Konfektionsindustriföreningen har i skrivelser i november 1963 till mönsterskyddsutredningen och utredningen om illojal konkurrens understrukit önskemålet om rättsligt skydd mot slavisk efterbildning.

Textilrådet framhöll i huvudsak följande: Det blivande mönsterskyddet syntes komma att förutsätta registrering med nyhetsgranskning. Därmed blev skyddsformen inte användbar för textilindustrin. Där arbetade man nämligen i regel med ett mycket stort antal mönster och växlade dessutom kollektioner i regel två gånger om året. Arbetet med att förbereda, färdigställa och sedan fullfölja registreringsansökningarna skulle bli mycket dyrbart samt försvåra och försena företagets viktiga och brådskande arbete med upprättande av kollektionerna. I de flesta fall skulle registrering över huvud taget inte hinnas med. Likväl skulle ett betydande arbete behöva läggas ned på att bevaka och kontrollera att de egna mönstren inte kolliderade med eller kom för nära redan registrerade mönster. Ett krav på objektiv nyhet skulle bli ytterligt svårt att fylla, eftersom mönster framställdes sedan urminnes tid och varje företag i sitt arkiv hade tusentals nummer. Om alltså den planerade mönsterrätten inte var till nytta för textilindu-

strien och om den blivande lagen mot otillbörlig konkurrens utgick från principen att allt som inte var uttryckligen skyddat skulle vara fritt för efterbildning, skulle detta innebära en allvarlig försämring för textilbranschen, där handelsbruk och uppfattningen om god sedvänja medförde ett visst om än svagt skydd. Det skydd som textilindustrien i första hand skulle vara betjänt av var inte ett mönsterskydd av planerad typ utan snarare ett skydd mot den illojala konkurrens, för vilken företagen stundom utsattes därigenom att någon konkurrent kopierade de nummer i kollektionen som visade sig slå bäst och på så sätt genom »snyltning» tillgodogjorde sig annans arbete. Här var alltså inte fråga om mönstret i och för sig utan om det förfarande konkurrenten tillämpat, då han tillgodogjort sig det försäljningsarbete m. m. som textilföretaget utfört och bekostat.

Konfektionsindustriföreningen anförde i huvudsak följande: De synpunkter som framförts i Textilrådets skrivelse var i stort sett identiska med dem som från konfektionsindustriens sida anlades på denna fråga. Konfektionsindustrien växlade också kollektioner minst två gånger om året och arbetade med ett stort antal modeller, vilkas färdigställande som regel skedde omedelbart innan försäljningen påbörjades. De nämnda betänkligheterna rörande faran för en uppluckring av de normer för handelsbruk och god sedvänja inom branschen, som kunde följa av en snäv precisering av vad som skulle vara skyddat, delades av föreningen. Liksom för textilindustrien var det skydd konfektionsindustrien efterlyste ett skydd mot kopiering i kombination med osnyggt marknadsföringsförfarande från kopistens sida.

Mönsterskyddsutredningen

Mönsterskyddsutredningen har i sitt betänkande Mönsterskydd (SOU 1965: 61) behandlat problemet slavisk efterbildning.

Utredningen anför.

Från allmän synpunkt ter det sig ändamålsenligt, att man inom speciallagstiftningen, d. v. s. lagarna om patent, upphovsrätt, varumärkesrätt och mönsterrätt, söker tillvarataga det intresse för skydd mot efterbildande, som kan föreligga på området, och samtidigt förutsätter att någon generell bestämmelse icke skall få gälla till komplettering därav. Innehörden av en sådan ordning skulle bli t. ex. ett objekt, som icke är mönsterregistrerat — därför att de icke uppfyller mönsterskyddsförutsättningarna eller icke gjorts till föremål för registreringsansökan eller beträffande vilka skyddstiden löpt ut — är fria till allmänt begagnande såsom förebilder vid varutillverkning, för så vitt icke annan speciallagstiftning lägger hinder i vägen därför. Även ett slaviskt efterbildande av dessa objekt skulle således vara tillåtet. Vissa fall av slaviskt efterbildande kan emellertid utan tvivel te sig stötande, oavsett huruvida objektet är föremål för någon skydds rätt enligt speciallagstiftningen eller ej. De från industrihåll härutinnan framförda synpunkterna och önskemålen måste självfallet granskas närmare.

Utredningen har sökt att finna någon form inom mönsterrättens ram för att tillgodose det speciella skyddsbehov som har yppats. Det skulle närmast bli fråga

om att söka anordna en alternativ skyddsform. Vid de olika övervägandena har bl. a. framkastats en tanke att lösa problemet på följande sätt. Såsom en skydds-förutsättning skulle gälla, att mönstret (eller den färdiga varan) deponeras hos offentlig myndighet, centralt eller lokalt, innan den föres ut på marknaden. Eventuellt skulle företaget på annat sätt än genom deponering kunna få sörja för bevisning om när produkten föres ut på marknaden och deponeringskravet därigenom kunna undvikas. Någon fordran på nyhet eller liknande skulle icke uppställas. Skyddet skulle rikta sig endast mot efterbildande i egentlig mening och alltså icke ha någon verkan mot självständigt och oberoende s. k. dubbelskapande. Detta skydd skulle icke gälla längre tid än ett år, eller möjligen endast sex månader, från deponeringen (respektive marknadsföringen).

På textilhåll har man särskilt framhållit såsom önskvärt, att mönster beredes skydd utan att någon fordran på nyhet i objektiv mening skall gälla. Denna inställning torde vila på uppfattningen, att det ligger någonting skyddsvärt också i att utvälja textilmönstren, sammanställa dem till en moderiktig och smakfull kollektion, sätta dem i produktion och marknadsföra textilprodukterna. Arbetet och kostnaderna därmed kan utan tvivel stundom vara betydande. Man betraktar det därjämte såsom direkt motbjudande att behöva acceptera efterbildningar av dessa produkter. Ifrån branschhåll har betonats, att det icke är enbart själva efterbildandet av mönstret som konstituerar det otillbörliga, utan fastmera »nyltningen» på allt arbete hos det lojala företaget, varigenom efterbildaren tillgodo-gör sig betydligt mer än blott utseendet på varan. Denna inställning är emellertid icke invändningsfri. Från mönsterrättslig synpunkt framträder såsom en brist att icke något nyhetskrav eller dylikt förutsättes. I flera sammanhang har utredningen understrukit, att mönsterskyddet framför allt bör uppmuntra nyskapande insatser. Det kan med hänsyn härtill icke gärna godtagas, att ensamrätt till en känd formgivning skall ges åt den, som först börjar att i större skala exploatera formgivningen i fråga. Nyhetskravet inom mönsterrätten avser just att lämna utanför skyddet sådana fall, där en utvecklande insats vid formgivningen icke föreligger. I dessa fall tillgodoses konsumenternas intresse bäst genom en av immateriella ensamrätter obunden konkurrens, låt vara att formerna för denna konkurrens bör regleras från de speciella synpunkter, som bär upp lagstiftningen mot illojal konkurrens. Gentemot den från textilhåll föreslagna skyddsformen bör också anföras svårigheten att vid tvist hävda ett påstående om olovlig efterbildning, då motparten gör gällande att även han hämtat förebilden från ett tidigare tillgängligt mönster. Intresset av rörelsefrihet i fråga om kända, icke registrerade mönster måste betecknas såsom starkt, och det praktiska utbytet av ett skydd av nu ifrågakommet slag för icke nya mönster får antagas vara tämligen ringa. Enligt utredningens mening bör det således icke komma i fråga att vidare överväga den skisserade lösningen såsom en alternativ mönsterrättsform. Från en annan synpunkt framträder dessutom svårigheten att utpeka vem som skall vara berättigad till skyddet; det blir i vart fall icke längre fråga om ett skydd för mönsterskapande.

Med anledning av de anförda betänkligheterna har utredningen övervägt, om man skulle kunna godtaga den skisserade skyddsordningen, för den händelse man uppställer samma nyhetskrav, som är avsett att gälla för erhållande av mönsterrätt efter registrering. Emellertid framstår det såsom mindre önskvärt över huvud taget att ha att göra med mer än en mönsterskyddsform. Att föreslå två skilda skyddsformer på mönsterområdet kan endast försvaras, därest ett trängande behov därav kan konstateras. Vidare förhåller det sig, såsom redan antytts, på det sättet att de industrigrenar, som eftersträvar en enklare skyddsform, d. v. s.

främst textil- och konfektionsbranscherna, också anser det såsom angeläget att det mönsterrättsliga nyhetskravet icke vidmakthålles.

Tanken på att anordna någon form av mönsterskydd genom ett enkelt deponeringsförfarande eller liknande har på anförda skäl för utredningens del fått förfalla.

Utredningen, som redan före mottagandet av hänvändelserna från Textilrådet och Konfektionsindustrieföreningen trätt i förbindelse med utredningen om illojal konkurrens för att dryfta spörsmålet om skydd mot slavisk efterbildning, har därefter fortsatt dessa överläggningar. Därvid har från mönsterskyddsutredningens sida anförts, att spörsmålet — såsom i första hand fallande inom ramen för lagstiftningen om otillbörlig konkurrens — närmast synes böra ankomma på utredningen om illojal konkurrens att bedöma. Mönsterskyddsutredningen har till stöd härför påpekat, att man från industrihåll understrukit, att efterbildande i åsyftade fall inom berörda kretsar bedömes såsom stridande mot god affärs sed och att skyddet icke behöver ges karaktär av ensamrätt. Att närmare undersöka frågan om skydd enligt ett deponeringssystem har emellertid mönsterskyddsutredningen påtagit sig, och bedömningen av denna fråga har redovisats ovan. Enligt vad mönsterskyddsutredningen inhämtat kommer utredningen om illojal konkurrens att behandla spörsmålet i övrigt, och därmed kan detta lämnas för mönsterskyddsutredningens vidkommande.

Mönsterskyddsutredningen vill avslutningsvis framhålla, att därest utredningen om illojal konkurrens från sina utgångspunkter skulle finna anledning att föreslå någon form av skydd vid sidan av speciallagstiftningen, t. ex. för särskilt odiösa fall av efterbildande, detta icke behöver anses stå i strid mot den föreslagna mönsterrätten eller grunderna för denna.

Utredningens rättspolitiska bedömning av efterbildning

Genom de gällande och föreslagna immaterialrättsliga ensamrättslagarna bereds under de förutsättningar varje lag anger skydd mot efterbildning av olika »element» i framställda produkter. »Tekniska element eller funktioner» kan skyddas genom patentlagen, »form- och utseendeelement» genom mönsterlagen, »estetiska element» genom upphovslagen och »känneteckenselement» genom känneteckenslagarna. I vissa fall kan skydd beredas en och samma produkt genom olika ensamrättslagar. I upphovsrättslagen (10 §) stadgas uttryckligen att upphovsrätt till ett verk må göras gällande utan hinder av att verket registrerats som mönster eller modell. Mönsterskyddsutredningen, som föreslår ett väsentligt utvidgat mönsterskydd, har inte funnit skäl att förorda någon jämkning av detta s. k. dubbla skydd (SOU 1965: 61 s. 218). Även utan uttryckligt stadgande kan en kumulation av ensamrätter förekomma. En produkt kan exempelvis vara både patent- och mönsterskyddad. För en vara, som är patent-, mönster- och/eller upphovsskyddad, kan också uppnås känneteckensrättsligt varuutstyrsel-skydd.

Vid revisionen av den immaterialrättsliga ensamrättslagstiftningen i Sverige har man utgått ifrån att något rättsligt objektsskydd mot efterbildning utöver det dessa lagar ger inte skall förekomma. Man har med andra

ord på varje särskilt rättsområde med beaktande av det samhällsekonomiska intresset vägt intressena av skydd och handlingsfrihet mot varandra.

Såsom redan påpekats har detta kommit till särskilt tydligt uttryck vid revisionen av känneteckenslagstiftningen. Man har arbetat utifrån den förutsättningen att känneteckensskyddet skulle uttömmande regleras i speciallagstiftningen. Lagarna och motiven har givits en så »rund» utformning att någon komplettering i form av en »liten generalklausul» inte skulle behövas. I konsekvens härmed kommer 9 § IKL att föreslås upphävd. Inte heller har man räknat med att känneteckensskyddet skulle kompletteras av en »stor» generalklausul.

Näringslivets Opinionsnämnds yttranden i känneteckensärenden ger heller inte stöd för uppfattningen att något rättsligt skydd utöver känneteckenslagstiftningen skulle behövas. Nämnden har visserligen inte bedömt om anmälda förfaranden varit stridande mot denna lagstiftning utan efter normen god affärssed, men avgörandena har grundats på resonemang, som till sin art överensstämmer med dem som domstol för vid tillämpning av varumärkeslagen.

I detta avseende föreligger som nämnts inte enhetlighet mellan de nordiska länderna. I Danmark, Finland och Norge har man inte avsett att fullständigt reglera känneteckensskyddet genom speciallagarna. Man kan till exempel i dessa länder inte genom inarbetning förvärva ensamrätt till sådana särskilda varukännetecken som utstyrsel av annonser, affärsbrev, kataloger och annat affärstryck samt affärsvagnar, utstyrsel av affärslokal eller serviceanläggning, den anställda personalens särskilda klädsel eller särpräglade anordningar i samband med fönsterskyltning o. dyl. Inte heller kan man såsom i Sverige förvärva ensamrätt till akustiska kännetecken. Efterbildning av dylika kännetecken bedöms i Danmark främst enligt »lilla generalklausulen» och i Finland och Norge enligt generalklausulen.

Vid revideringen av patent- och upphovsrättslagarna i Sverige har man heller inte räknat med något framtida kompletterande objektsskydd genom annan lagstiftning. I Näringslivets Opinionsnämnds praxis antyds emellertid ett eventuellt skyddsbehov som inte täcks av den gällande upphovsrättslagen. Opinionsnämnden har ju som nämnts stämplat vissa efterbildningar av reklamalster såsom stridande mot god affärssed oavsett om alstret varit inarbetat eller särpräglat och oavsett om förväxlingsrisk föreläggat.

Emellertid behandlades frågan om lagligt skydd för en viss typ av reklamalster vid tillkomsten av upphovsrättslagen. Auktorrättskommittén föreslog att i lagen skulle stadgas att »reklamalster, bestående av bild eller text som sammanställts på ett säreget sätt» ej utan framställarens samtycke skulle få eftergöras förrän efter tio år. Justitieministern bibehöll förslaget i propositionen, men beskrev objektet som »reklamalster, som bildmässigt sammanställts på ett särpräglat sätt». Riksdagen utslöt dock

på förslag av första lagutskottet denna bestämmelse ur lagen. Utskottets motivering var att särskilt rättsligt skydd utöver vad som följde av upphovsrättens och fotografirättens allmänna regler inte syntes erforderligt eller lämpligt. Under sådana förhållanden bör enligt utredningens om illojal konkurrens mening något ytterligare objektsskydd för reklamalster inte heller beredas genom en lagstiftning mot otillbörlig konkurrens.

Även i fråga om patent- och upphovsrätt är situationen mindre klar i de övriga nordiska länderna. I stort sett torde man numera i Danmark anse, att generalklausulen inte bör användas till att ge ensamrättsskydd till produkter, som inte uppfyller särslagstiftningens betingelser för skydd, eller för produkter, vilkas skyddstid enligt denna lagstiftning löpt ut. Generalklausulen synes dock kunna användas till skydd mot otillbörligt utnyttjande av likhet mellan originalprodukt och efterbildning. I Norge synes praxis ha varit restriktiv med att använda generalklausulen som komplettering till speciallagarna. Men det anses dock att generalklausulen skall kunna användas exempelvis i fråga om tekniska företeelser, som på grund av bristande uppfinningshöjd inte kan få skydd enligt patentlagen, eller i fråga om skriftliga produkter, som inte når »åndsverkets» nivå. Men det måste då alltid tillkomma ett speciellt moment som gör utnyttjandet från konkurrentens sida otillbörligt; han har exempelvis fått kunskap om en framställningsmetod med hjälp av bestickning, spionage eller andra förkastliga medel. Generalklausulen anses också kunna tillämpas om man systematiskt »snyltar» på annan näringsidkares resultat.

Medan det således är helt klart att i Sverige objektsskyddet för kännetecken, uppfinningar samt litterära och konstnärliga verk m. m. helt skall bedömas enligt särslagstiftningen är situationen även hos oss något oklar såvitt gäller mönster. Den av mönsterskyddsutredningen föreslagna mönsterrätten anses som ovan redovisats inom textil- och konfektionsbranscherna inte tillfredsställa behovet av skydd. De speciella förhållanden, som råder inom dessa branscher, kan enligt mönsterskyddsutredningen ha sin motsvarighet inom andra branscher såsom t. ex. tapetbranschen eller sko- och läderbranschen. Men mönsterskyddsutredningen har inte inom ramen för förslaget till mönsterlag presenterat någon separat lösning av nämnda branschers plagiatproblem utan hänvisat till utredningen om illojal konkurrens. Mönsterskyddsutredningen har därvid påpekat att efterbildande i åsyftade fall inom berörda kretsar bedömdes såsom stridande mot god affärssed och att skyddet inte behövde ges karaktären av ensamrätt.

Efterbildning av produkter kan naturligtvis förekomma i alla branscher. Men olika branschers möjligheter till skydd är i väsentliga avseenden olika. En faktor att beakta är därvid att de flesta produkter tar en viss, ofta betydande tid att efterbilda. Produkternas art kan således göra att introduktionen alldeles oavsett ensamrättslagstiftningen får en faktisk monopolställning på marknaden under längre eller kortare tid. Inom några bran-

scher, exempelvis textil- och konfektionsbranscherna, kan emellertid ofta efterbildningar göras mycket snabbt och presenteras på marknaden helt kort tid efter originalprodukten.

Skilda branschers tillgång till befintligt eller föreslaget rättsligt skydd är också olika. De tekniskt betonade branscherna kan i större eller mindre utsträckning utnyttja patentskyddet. I många av dem kan säkert mönsterskyddet bli av stor betydelse. För alla branscher, som producerar märkesvaror, exempelvis livsmedelsbranschen, kemisk-tekniska branschen och läkemedelsbranschen, är varumärkesrätten av största betydelse. Vissa branscher, exempelvis plast- och möbelbranscherna, torde komma att lita till det nya mönsterskyddet. Företag i skilda branscher, vilka arbetar med konstnärligt betonad produktion, kan ha nytta av upphovsrätten.

Även textil-, konfektions-, tapet-, sko- och läder-, glas- samt porslinsbranscherna arbetar i viss utsträckning med sådan produktion, som kan få upphovsrättsligt skydd. Av viss, branschvis något skiftande betydelse kan den planerade mönsterrätten antas bli.

Å andra sidan arbetar de nämnda branscherna också med så enkla eller funktionsbetonade mönster och modeller att något anspråk på ensamrätt för dem inte kan göras gällande. Exempel härpå är randiga lakan, vissa underkläder, enkla tapetmönster samt vissa typer av flaskor, hushållsglas och hushållsporslin.

Men mellan det för ensamrätt tillräckligt kvalificerade och det mycket enkla och funktionsbetonade finns ett oskyddat fält, där åtminstone i några branscher den ekonomiska tyngdpunkten i produktionen ligger. Främst gäller detta textil- och konfektionsbranschernas stora kollektioner av lätt plagierade alster.

Vid ett sammanträde med representanter för dessa branscher, där professor af Trolle fungerade såsom opartisk ordförande, beskrevs situationen på följande sätt.

Företagen framställer minst ett par gånger om året kollektioner. Kostnaderna härför är betydande. Medan kollektionen byggs upp, har man små möjligheter att bedöma vad som kommer att säljas. Kollektioneringen måste därför göras så, att man får så stor chans som möjligt att träffa rätt, d. v. s. kollektionen måste göras mycket omfattande. Genom förhandsvisningar och provförsäljningar söker man därefter att minska kollektionen, men prognosproblemet kompliceras av att kunderna i stor utsträckning inte lämnar några fasta order på ett tidigt stadium av försäljningen utan nöjer sig med att »klippa prover» eller beställa s. k. kuponger för att först senare återkomma med sina order. Den avgörande utslagningen sker först vid den slutliga försäljningen, då ytterligare stora delar av kollektionerna visar sig vara icke säljbara i ekonomisk omfattning.

Den täta frekvensen på kollektionerna och det stora antalet nyheter i förhållande till de närmast föregående kollektionerna kommer av kostnadsskäl i regel att göra det omöjligt för företagen att söka mönsterskydd. Normalt kommer det dessutom inte att var möjligt att fastställa om ett objektivet nyhetsvärde föreligger eller ej.

I denna situation ligger det nära till hands för ett mindre nogräknat företag att skära ned kostnaderna för såväl det aktiva skapandet som för tillverkning och provförsäljning av mönster genom att avvakta konkurrenternas marknadsföring av sina kollektioner och sedan plocka ut de delar av dessa, som visat sig ha framgång, och koncentrera sin egen tillverkning och marknadsföring till dessa. Företaget skär därigenom inte bara bort kostnaderna för skapandet av de sålunda valda mönstren utan också de ännu större kostnaderna för att skapa och pröva hela den kollektion, som omger de säljbara mönstren.

En sådan efterbildning är inte ovanlig idag. Den sker därvid oftast i den formen, att en svensk återförsäljare som finner någonting, som han tycker om, skickar detta till någon annan leverantör — merendels en utländsk sådan — med begäran om att denne skall tillverka och leverera samma vara. Detta förfarande åstadkommer avbräck för de svenska textil- och konfektionsindustrier, som utsätts för sådan efterbildning. Dessa industrier befinner sig idag i ett pressat konkurrensläge i förhållande till motsvarande utländska industrier till följd av det mycket höga kostnadsläget i Sverige. Svensk industri har därför fått inrikta sig på att konkurrera med höga kvaliteter och god formgivning. Om den svenska industrins insatser på formgivningens område kan tillgodogöras av utländska konkurrenter i stort sett utan egna kostnader, leder detta till allvarliga konsekvenser för den svenska industrin. Tillkomsten av en stor gemensam marknad, som tullfritt öppnar Sverige för den utländska industrin med dess låga kostnader, kommer att accentuera detta problem.

Ett visst återhållande moment finns för närvarande i att förfarandet anses strida mot god affärssed. Inom industrin fruktar man nu, att problemen skall bli väsentligt fler och mer svårbemästrade om det klart skulle framgå av de nya garna på ifrågavarande område, att det icke finns något skydd mot efterbildning av produkter, som inte åtnjuter någon form av ensamrättsskydd.

För egen del anser utredningen att den tidigare redovisade principen, att *objektsskydd* mot efterbildning helt skall regleras inom speciallagstiftningens ram bör gälla också i fråga om mönster. Anses ett vidare objektsskydd än det av mönsterskyddsutredningen föreslagna rättspolitiskt önskvärt bör därför mönsterutredningens förslag ändras eller kompletteras på lämpligt sätt.

Emellertid har gjorts gällande att *själva förfarandet* vid efterbildning av mönster kan vara så klandervärdt att möjlighet till inskridande bör ges enligt en lagstiftning mot otillbörlig konkurrens, fastän objektet inte åtnjuter särskilt rättsskydd. Såsom exempel på sådana förkastliga metoder har i olika sammanhang nämnts att efterbildningen gjorts med hjälp av personal, som efterbildaren lockat till sig från tillverkaren av originalvaran, eller att efterbildaren begagnat sig av bestickning, spioneri eller andra jämförliga metoder. Utredningen om illojal konkurrens hyser den uppfattningen att tillbörligheten av sådana metoder bör bedömas efter de normer som i olika avseenden begränsar handlingsfriheten, exempelvis de allmänna reglerna om förnögenhetsbrott i brottsbalken eller de föreslagna stadgandena i lagen om otillbörlig konkurrens mot företagsspioneri och missbruk av företagshemlighet m. m. samt mot bestickning i näringsverksamhet m. m. Utredningen

vill särskilt betona vikten av stadgandet mot missbruk av teknisk förebild, som anförtrotts någon för utförande av arbete eller för affärsändamål. Med teknisk förebild förstås enligt utredningens förslag föremål efter eller med ledning av vilket varor kan tillverkas eller tekniska yrkesprestationer utföras. Stadgandet ger ofta möjlighet att stävja missbruk av textil- eller konfektionsmönster, som ännu inte kommit ut i den allmänna omsättningen. De situationer, som utredningen avser, är exempelvis att en konfektionär låter en textilindustri framställa prover efter hans anvisningar och där-efter lägger ut beställningar med ledning av proverna hos andra textilindustrier eller att ett detaljhandelsföretag, som får del av en textilfabrikants kollektion på provstadiet innan produktionen kommit i gång, beställer färdiga varor av de enligt dess mening mest attraktiva mönstren hos annan tillverkare än den som, kanske med stora kostnader, framställt proverna.

I det förra fallet föreligger ett förtroendemisbruk från beställarens sida. Avtalet mellan den textilindustri, som framställt proverna, och beställaren måste nämligen i allmänhet antas bygga på förutsättningen, att den slutliga beställningen, om provet utfaller till belåtenhet, skall göras hos samma textilindustri. Även i det andra exemplet får proverna normalt antas vara anförtrödda detaljhandelsföretaget i ändamål att leda till en slutlig beställning hos det företag, som producerat provkollektionen. Så är naturligtvis alltid fallet om uttrycklig överenskommelse därom träffats, men även om detta inte skett torde denna förutsättning ofta stå klar för båda parter.

I de beskrivna situationerna torde proverna alltså i regel vara anförtrödda för affärsändamål. Och enligt utredningens förslag är proverna som nyss anförts i dessa fall att betrakta som tekniska förebilder. Ingripande mot missbruk kan således ske inte bara civilrättsligt utan också med stöd av lagen om otillbörlig konkurrens.

Mot olika otillbörliga förfaranden och metoder i samband med efterbildning av mönster ges alltså möjlighet till rättsligt ingripande. Den generella avvägning mellan otillåtet och tillåtet, som här gjorts, bör enligt utredningens mening inte rubbas.

Såsom otillbörlig betecknas någon gång sådan efterbildning som möjliggörs av upplysningar och erfarenheter, vilka vunnits genom ett samarbetsavtal. I sådana fall skall enligt utredningens mening tillbörligheten av efterbildningen prövas efter vad som har eller kan anses ha avtalats mellan parterna. Rättsförhållandet mellan parterna och därur härflytande rättigheter och skyldigheter får alltså bedömas enligt kontraktsrättsliga normer.

Ibland har gjorts gällande att syftet med efterbildningen kan vara sådant att densamma bör betraktas såsom otillbörlig. Det har sagts att om man efterbildar i avsikt att spara egna omkostnader och eget arbete skulle

efterbildningen därmed vara otillåtlig. Att hämta idéer och inspiration genom studium av varor, som andra producerat, kan emellertid inte vara klandervärt i och för sig. Avgörande bör vara om objektet är skyddat i ett eller annat avseende eller om de metoder, som möjliggjort efterbildningen, är angripbara enligt någon gällande eller föreslagen rättslig bestämmelse, exempelvis de nämnda i brottsbalken eller lagen om otillbörlig konkurrens. Föreligger ingen av dessa omständigheter kan efterbildaren inte klandras för att han vill spara omkostnader och arbete.

Emellertid är det inte uteslutet att det kan finnas särskilt odiösa metoder vid efterbildning, som till sin art är annorlunda än dem som behandlas i befintliga eller föreslagna straffstadganden och som ter sig lika etiskt klandervärda som dessa. Mot dylika metoder bör man kunna ingripa med stöd av en lagstiftning mot otillbörlig konkurrens. Däremot skall det enligt utredningens mening inte vara möjligt att »summera» ett angrepp, vilket inte fullt når upp till en straffbar eller kontraktsrättsligt otillåten nivå, med ett objekt, som inte helt fyller förutsättningarna för ensamrätt, och sålunda utverka förbud enligt den av utredningen föreslagna lagstiftningen. En komplettering i denna mening av allmänna straffrättsliga eller kontraktsrättsliga normer eller av objektsskyddet enligt den immaterialrättsliga ensamrättslagstiftningen anser utredningen inte förenlig med intresset av fri konkurrens.

Otillbörligt utnyttjande av annans renommé

En under rubriken otillbörlig konkurrens stundom behandlad företeelse är otillbörligt utnyttjande av annans renommé. Det behöver inte vara konkurrents goda anseende som utnyttjas utan det kan likaväl vara någon annans renommé, till exempel en inte konkurrerande näringsidkares, en institutions eller en privatpersons. Förhållandet har uppmärksamrats i Grundregler för god reklam, där det heter (kap. II punkt 2).

Annonsör bör undvika att åberopa visst annat företag, viss annan vara eller tjänst om detta skulle kunna innebära ett obehörigt utnyttjande av ifrågavarande företags, varas eller tjänsts goda anseende.

Grundreglerna innehåller också anvisningar om att intyg och utlåtanden ej bör användas i reklam utan vederbörligt tillstånd samt om att viss bestämd person inte bör åberopas eller hans bild användas i reklam utan att han lämnat sitt medgivande därtill (kap. I punkt 6).

Som exempel på sådana förfaranden kan nämnas att en näringsidkare i sin reklam jämför sig eller sin produkt med en välrenommerad inte konkurrerande näringsidkare eller vara i syfte att bli delaktig av den goodwill, som är knuten till näringsidkaren eller hans vara. En i praktiken vanligare situation är den att leverantör åberopar att han räknar ett eller flera väl-

kända företag såsom sina kunder. I reklam åberopas i stor omfattning även institutioners utlåtanden och intyg från privatpersoner. Privatpersoner åberopas för övrigt ofta endast med bild eller namn i reklamen.

Gällande svensk rätt

Frågan om otillbörligt utnyttjande av annan näringsidkares renommé är från rättslig synpunkt i praktiken väsentligen en känneteckensfråga. Enligt varumärkeslagen får exempelvis förväxlingsbara märken och märken, som uppenbarligen är ägnade att vilseleda allmänheten, inte registreras. Och används ett sådant märke kan inskridande också ske med stöd av samma lag. Därvid är att märka att varumärken normalt anses förväxlingsbara endast om de avser varor av samma eller liknande slag, men att förväxlingsbarhet även eljest undantagsvis kan åberopas. Det gäller främst till förmån för kännetecknen, som är synnerligen starkt inarbetat och känt inom vida kretsar av allmänheten här i riket. Ytterligare en förutsättning är att användningen av ett annat liknande kännetecken skulle innebära ett otillbörligt utnyttjande av det kända märkets goodwill (6 § varumärkeslagen). Detta är ett erkännande av den s. k. Kodakdoktrinen, som genomförts i svensk rätt i form av en »uttunnig» av förväxlingskriteriet. Motsvarande bestämmelser för firmas del kommer att inflyta i det väntade förslaget till ny firmalag. Att åberopa en annans kännetecken under sådana omständigheter att någon förväxlings- eller vilseledandesituation över huvud taget inte föreligger — såsom exempelvis i det ovan nämnda fallet att man jämför sig eller sin produkt med en välrenommerad inte konkurrerande näringsidkare eller vara i syfte att bli delaktig av den goodwill, som är knuten till näringsidkaren eller varan — torde däremot oftast falla utanför känneteckenslagstiftningen.

Även en privatpersons namn eller bild skyddas i någon mån genom känneteckenslagstiftningen. Bland registreringshindren för varumärke i varumärkeslagen återfinns det fallet att märket innehåller eller består av något, som är ägnat att uppfattas såsom annans namn eller porträtt. Är användning av varumärke med privatpersons namn eller bild ägnad att vilseleda allmänheten, kan förbud mot användningen meddelas med stöd av varumärkeslagen.

Namnagen ger i viss utsträckning egenartade släktnamn skydd mot förväxling. Åberopar däremot någon exempelvis i reklam annans namn utan att göra det gällande som sitt eget faller detta utanför namnagen.

Lagen om rätt till fotografisk bild handlar väsentligen om framställarens, fotografens, rätt till bilden. Den avporträtterades rätt regleras inte i vidare mån än att det stadgas att rätt till bild, som utförts på beställning, med viss begränsning tillkommer beställaren. Den som avbildats på ett fotografi har alltså i princip rätt till bilden endast om han beställt den.

Av inte oväsentlig betydelse för enskilda personers rätt till namn och bild är de nya stadgandena om ärekränkning i BrB. Åberopar man en

annans namn eller bild under sådana omständigheter att man därigenom kan sägas lämna uppgift som är ägnad att utsätta vederbörande för andras missaktning kan man dömas för förtal, såvitt det inte förelåg en intressekollision som gjorde lämnandet av uppgiften försvarligt. Vederbörandes egen självkänsla och sinnesfrid skyddas genom stadgandet mot föroflämning, som emellertid är mindre allmänt formulerat. Det avser endast den situationen att man smädar annan genom skymfligt beteende mot honom.¹

Rundfrågan

I rundfrågepromemorian ställdes frågorna om en ny lag om otillbörlig konkurrens borde innehålla en bestämmelse rörande otillbörligt utnyttjande under utövning av näringsverksamhet av annan näringsidkares goda anseende eller av annans namn eller bild eller om syftet som här var i fråga bättre skulle tillgodoses genom en generalklausul.

I ett stort antal svar rekommenderades en specialbestämmelse med det i frågorna angivna innehållet. Därvid framhölls bl. a. att det var viktigt att man noga beaktade att straff borde inträda endast om det förelåg ett otillbörligt förfarande; det kunde i regel inte anses otillbörligt att en näringsidkare hänvisade till att han hade levererat sina varor till andra näringsidkare, vilka framstod som kräsna och fordrande kunder eller besatt gott renommé. Ett annat påpekande som gjordes var att även om ett dylikt utnyttjande inte alltid medförde påvisbar ekonomisk skada för den som utnyttjades, kunde förfarandet för denne ofta framstå som motbjudande och även vara ägnat att vilseleda allmänheten rörande utbudets förmånlighet. I ett svar nämndes som exempel på här avsedda förfaranden att annonsörer angav att en produkt, tillverkad av en annan fabrikant, ingick i annonsörens vara, eller att välkända företag eller institutioner angavs använda den annonserade varan.

I några svar uttrycktes tvivel på lämpligheten av att i lagen mot otillbörlig konkurrens inrymma ett skydd mot att enskilda personers namn eller bild utnyttjades, eftersom den enskilda personen i dessa fall framstod som angreppsobjekt.

Även den uppfattningen var företrädd bland svaren att otillbörligt utnyttjande av annans renommé bättre beivrades medelst en generalklausul.

Näringslivets Opinionsnämnd

Vissa fall av otillbörligt utnyttjande av annans renommé som näringsidkare har prövats av opinionsnämnden.

En företagare, som sedan länge tillverkat handskar, använde för dessa ar-

¹ »Personrätten» behandlas bl. a. i två uppsatser av professor Åke Lögdberg, nämligen Några ord om rätten till egen bild i Rättsvetenskapliga studier ägnade minnet av Phillips Hult, Uppsala 1960, och Personlighetsrätt i Festskrift för Håkan Nial, Stockholm 1966. Jfr ämnet Personlighetskyddet och massmedia vid 24:e nordiska juristmötet i Stockholm 1966 med inledningsanförande av professor Kurt Grönfors.

tikelbeteckningar bestående av siffror och bokstäver i olika kombinationer enligt ett visst endast av honom för detta varuslag brukat system. En person, som tidigare varit anställd hos denne företagare, började tillverka handskar i samma modeller men delvis i material av sämre kvalitet. Han åsatte dessa handskar samma sifferbeteckningar som dem den förre arbetsgivaren använde för sina motsvarande handskar. Nämnden fann att förfarandet under anförda omständigheter var i strid mot god affärssed (NOp 1958 rf. 35).

I några fall (NOp 1959 rf. 17, 1960 rf. 46 och 1960 rf. 57) har det stämplats såsom stridande mot god affärssed att i annonser och vid demonstrationer utan tillstånd åberopa intyg av institutioner. I ett par andra fall (NOp 1960 rf. 43 och 1960 rf. 66) har samma omdöme givits om förfarandet att i annons utan tillstånd återge en känd persons bild och ett intervjuuttalande av viss namngiven person.

Utredningens rättspolitiska bedömning av utnyttjande av annans renommé

Till att börja med får i fråga om otillbörligt utnyttjande av annans renommé observeras att fråga ofta är om en framställning i förslagets mening. En framställning kan innefatta ett åberopande av näringsidkare på ett eller annat sätt. Exempel härpå är att en näringsidkare uppger att en annan näringsidkares produkter ingår i hans varor eller att en annan näringsidkare är hans leverantör eller kund. Ett annat exempel är att en affär skyltar med välkända kvalitetsmärkesvaror. Av sådana framställningar krävs givetvis, liksom av kommersiella framställningar i allmänhet, vederhäftighet. Är uppgiften om sambandet med den andre näringsidkaren oriktig eller vilseledande, kan ingripande ske med stöd av 2 § i utredningens förslag. Saluhåller den skyltande affären bara andra varor än de utställda, torde framställningen få anses inkorrekt och således angripbar med 2 §.

Det redovisade opinionsnämndsfallet, då en handsktillverkare utnyttjade en annan tillverkares artikelbeteckningar, är knappast en fråga om korrekt eller inkorrekt framställning. Detta fall torde i stället böra bedömas enligt känneteckensrättsliga normer. Om artikelbeteckningarna kan anses identifiera handskarna såsom härrörande från visst kommersiellt ursprung, får ensamrätten till dem såsom kännetecken prövas enligt varumärkeslagen. Om beteckningarna inte är kännetecken, bör andra ha rätt att begagna dem för egna produkter.

Att åberopa myndigheters och institutioners namn, intyg och utlåtande i kommersiella framställningar är åtgärder, som får bedömas efter vederhäftighetsnormen i 2 §. Åberopandet skall alltså i och för sig vara riktigt och det skall dessutom ske på sådant sätt att det inte är på något sätt vilseledande. Särskilt får observeras att intyg och utlåtanden lätt kan bli föråldrade eller inaktuella samt att de förutsättningar under vilka de avgivits kan ha ändrats så att de inte längre är rättvisande.

I alla avseenden sakligt korrekta åberopanden av myndigheter eller institutioner bör däremot enligt utredningens mening inte föranleda rättsligt ingripande även om något medgivande inte lämnats av den som åberopats. Däremot kan sådana åberopanden strida mot vad som avtalats eller kan anses ha avtalats mellan de berörda. Givetvis får man inte åberopa något, om man därigenom kränker någon immaterialrättslig ensamrätt. Utöver känneteckensintrång är det särskilt intrång i upphovsrätt, som här kan bli aktuellt.

När det gäller ett i och för sig inte oriktigt eller vilseledande åberopande av annan näringsidkare är det mer tveksamt hur bedömningen skall utfalla. Det kan här vara fråga om situationer, som mycket liknar »Kodakfallen» dvs. de fall där man använder ett kännetecken, som liknar ett synnerligen välkänt kännetecken, och därigenom otillbörligt utnyttjar det senare kännetecknets renommé. Ett sätt att »snylta» på annan näringsidkares renommé, vilket inte torde vara åtkomligt enligt känneteckenslagstiftningen, är att använda en högklassig främmande produkt i sin reklam för att skapa en gynnsam »atmosfär» åt den egna varan. Ett exempel på ett sådant förfarande är att man använder ett exklusivt och dyrbart bilmärkes välkända kylarmaskering såsom bakgrund i en annons för cigarrettändare eller armbandsur. Utnyttjande av annan varas renommé på detta sätt kan te sig så otillbörligt att ett inskridande med stöd av en lagstiftning mot otillbörlig konkurrens bör vara möjligt.

Att utnyttja en enskild persons namn eller bild i en kommersiell framställning utan dennes tillstånd kan vara vilseledande, då det kan ge en felaktig uppfattning om att vederbörande använder eller rekommenderar den produkt, varom är fråga. I sådana fall hänvisas alltså till 2 § i utredningens förslag.

Vid utnyttjande av enskild persons namn eller bild måste emellertid hänsyn dessutom tas till ett särskilt intresse, nämligen skyddet för den personliga integriteten och privatlivets helgd. En aspekt på denna fråga har behandlats av auktorrättskommittén, som i sitt betänkande nämner att det i vissa utländska upphovsrättslagar finns regler som bygger på uppfattningen att envar bör vara skyddad mot att fotografier och andra bilder av honom återges offentligt, om detta skulle vara kränkande för honom eller eljest stridande mot hans intressen. Kommittén fortsätter (SOU 1956: 25 s. 479).

Ett skydd mot publiceringsåtgärder av detta slag är enligt kommitténs mening påkallat; i pressen och annorstädes återgivas icke sällan personfotografier under sådana omständigheter, att det måste anses obehörigen inkräkta på den avbildades personliga intressen. I sakens natur ligger dock, att en tillfredsställande ordning icke kan uppnås genom en schematisk reglering, exempelvis av innehåll att för publicering städse skulle inhämtas samtycke av den avbildade. I viss utsträckning får den enskilde tåla, att bilder av honom visas för att tillgodose vanlig nyhetsförmedling i pressen, i journalfilmer, i television o. s. v. Skyddsbestämmelserna måste avse bestämda fall, exempelvis en publicering, som med hänsyn till bildens innehåll skulle vara kränkande för den avbildade, eller att bilder, som i och för sig

icke äro av denna natur användas för sådana ändamål som politisk propaganda, kommersiell reklam och liknande. En dylik reglering, som närmast tillhör personrätten, har knappast sin plats inom ramen för den upphovsmannarättsliga och fotografirättsliga lagstiftningen. Kommittén föreslår därför, att frågan göres till föremål för särskild utredning.

I någon mån berörs problemet i direktiven till en utredning angående förstärkt integritetsskydd på personrättens område, som justitieministern be- myndigats tillkalla den 13 maj 1966. Väsentligen behandlar dessa direktiv en annan fråga, som berörs i kap. V, avsnittet företagsspioneri, nämligen olovligt utforskande av privata angelägenheter med hjälp av teknisk apparatur. Men också frågan om i vilken utsträckning en enskild måste finna sig i att bilder av honom utan hans samtycke visas exempelvis i pressen berörs i direktiven och det framhålls att det nu är nödvändigt att ge sig i kast med detta problem, som uppmärksammades under förarbetena till lagen om rätt till fotografisk bild men då t. v. sköts åt sidan. Enligt direktiven bör utredningen vara oförhindrad att ta upp även andra frågor om en förstärkning av integritetsskyddet på personrättens område, särskilt i den mån frågorna har samband med den utveckling på teknikens område, som föranlett utredningsuppdraget.

Den enskildes intresse av rättsskydd mot att hans namn eller bild obehörigen publiceras är ett problem som sträcker sig vida utöver användning av namnet eller bilden i reklam och andra kommersiella framställningar. Utredningen anser det inte lämpligt att söka lösa detta problem, helt eller delvis, i en lag om otillbörlig konkurrens, vars syfte enligt utredningens uppfattning bör vara att bereda rättsliga medel till ingripande mot konkurrensåtgärder, vilka uppfattas såsom otillbörliga gentemot konsumenter eller i förhållandet näringsidkare emellan. Mera ändamålsenligt måste vara att hela problemet i ett sammanhang prövas i samband med utredningen om förstärkt integritetsskydd på personrättens område.

Beträffande de förfaranden, som här redovisats under rubriken otillbörligt utnyttjande av annans renommé, är det alltså enligt utredningens bedömning endast vissa stötande men genom känneteckenslagstiftningen inte åtkomliga fall av utnyttjande av annan näringsidkares renommé som bör kunna angripas med stöd av en lagstiftning mot otillbörlig konkurrens.

Några andra fall

I professor af Trolles undersökning nämns ytterligare några fall, som i vissa svar bedömts som otillbörlig konkurrens.

Ett sådant fall är *hämndaktioner i diskrediterande syfte*, vilket beskrivs på följande sätt.

En agent eller återförsäljare, som av någon anledning är missnöjd med en leverantör, försöker att »hämnas» på denne genom att försvåra avsätt-

ningen av hans produkter. Det sker i detta typfall genom att han söker att diskreditera leverantören i sina egna kunders ögon. I detaljhandelsledet åstadkommes det vanligen genom att handlaren skyltar med — men ej säljer — någon av leverantörens produkter i mycket dåligt skick.

Ett annat fall är *bojkottaktioner*, varmed avses att ett antal återförsäljare inom en viss bransch överenskommer om att inte göra inköp från en viss leverantör.

Utköp i efterhand kallar af Trolle följande förfarande: Ett företag erhåller order på en anläggning efter anbud i hård konkurrens. Senare annulleras ordern. Om skadestånd är föreskrivet i avtalet, får säljaren ersättning enligt avtalet. Köparen har i stället köpt anläggningen av en tidigare utslagen konkurrent, som därefter gått ner så mycket i pris, att det räckt till för att betala skadeståndet och att ge köparen ett förmånligare pris.

Övriga fall som af Trolle redovisar fordrar inget särskilt omnämmande i detta sammanhang, eftersom de uppenbarligen faller under annan lagstiftning eller under av utredningen föreslagna stadganden i denna lag.

Utredningens rättspolitiska bedömning av dessa fall

Den nämnda *hämndaktionen* synes enligt beskrivningen alltid yttra sig i någon form av framställning. Därmed är den att bedöma enligt 2 § första eller andra stycket i utredningens förslag. Att skylta med en av leverantörens produkter i mycket dåligt skick torde få anses vara att använda en framställning om annan näringsidkares vara som är otillbörlig till sin utformning. Normalt torde den också vara ägnad att påverka efterfrågan på varan. Därmed är den otillåten enligt 2 § andra stycket.

Bojkotter kan närmast betecknas som ekonomiska stridsmedel i konkurrensen. De prövas enligt konkurrensbegränsningslagen och faller utanför ramen för lagen om otillbörlig konkurrens. Används i samband med bojkott vilseledande eller misskrediterande framställningar får prövning ske enligt den föreslagna bestämmelsen mot vilseledande reklam m. m.

Utköp i efterhand är en fråga som i första hand får bedömas med ledning av vad parterna avtalat med varandra. Därutöver får prövning ske enligt allmänna avtalsrättsliga och skadeståndsrättsliga normer. Lagen om otillbörlig konkurrens skall enligt utredningens uppfattning inte fungera som en allmän utfyllnad till avtals- och skadeståndsrätten.

Utredningens förslag till rättsteknisk lösning

Det övervägande flertalet av de såsom otillbörliga bedömda förfarandena i konkurrensen i näringslivet kan sammanfattas under beteckningen *otillbörliga framställningar*. Utredningen har såsom framgår av det föregående funnit det ändamålsenligt att föreslå ett specialstadgande, 2 §, varigenom man

kan ingripa mot oriktiga eller vilseledande samt vissa andra otillbörliga framställningar, som är ägnade att ha viss effekt. Utredningens avsikt är att framställningar skall bedömas endast enligt detta stadgande. Brister något rekvisit för tillämpningen av 2 §, skall ingripande med stöd av lagen om otillbörlig konkurrens inte kunna göras.

Emellertid har utredningen funnit att vissa *marknadsföringsmetoder* — utan att innefatta oriktiga, vilseledande eller eljest otillbörliga framställningar — i individuella fall kan vara konstruerade på sådant sätt att möjlighet till rättsligt ingripande bör finnas. Såsom av den rättspolitiska bedömningen framgår kan dessa metoder klassificeras och exemplifieras på följande sätt.

Marknadsföringsmetoder, som innebär ett otillåtet *utnyttjande av allmänhetens godtrogenhet*. Det kan gälla kombinationsutbud eller tilläggserbjudanden, som ger allmänheten en grovt felaktig bild av utbudets förmånlighet. Ett annat exempel är ett trading stamps-system, som inte ger konsumenterna någon som helst möjlighet att värdera den förmån som erbjuds dem.

Marknadsföringsmetoder som är »i sig» *vilseledande* utan att begagna vilseledande framställning. Ett exempel på en sådan metod är att själva förpackningen ges sådan storlek eller form att den missleder kunden om innehållets kvantitet eller egenskaper.

Marknadsföringsmetoder, varigenom allmänheten på ett klandervärt sätt utsätts för arrangörernas *godtycke*. Här avses exempelvis säljpristävlingar, som är klart otillfredsställande från kontrollsynpunkt, och »gratisutdelningar» i reklamsyfte, vilka är konstruerade på ett sätt som ger allmänheten en felaktig uppfattning om möjligheterna att få en »gåva».

Marknadsföringsmetoder, som innefattar ett markant *hasardmoment*. Här syftas på exempelvis i och för sig tillåtna reklampristävlingar i vilka insatsens storlek är i hög grad beroende på slumpen.

Marknadsföringsmetoder, som innebär ett klandervärt *utnyttjande av allmänhetens okunnighet*. Det gäller särskilt den negativa avtalsbindningen, använd såsom marknadsföringsmetod mot allmänheten. Metoden ger nämligen i normalfallet allmänheten ett felaktigt intryck av juridisk bundenhet och kan därför leda till köpbeslut under helt oriktiga förutsättningar.

Marknadsföringsmetoder, som innebär en *överbältring av prestation* på annan näringsidkare. Ett exempel är att en näringsidkare utan egen exponering av varor direkt uppmanar kunderna att skaffa sig erforderliga informationer om varorna hos andra näringsidkare men göra inköpen hos den som inte är beredd att demonstrera dem. Att utan tillstånd råda kunder att utnyttja andra företagares serviceförmåner kan också vara en otillåten överbältring av prestation.

Vad härefter angår *otillbörlig efterbildning* är utredningens rättspolitiska

bedömning den att frågor om objektsskydd skall lösas inom ramen för den immaterialrättsliga ensamrättslagstiftningen. Är objektet inte särskilt skyddat men förfarandet vid efterbildningen i något avseende otillbörligt får bedömningen ske efter de straffstadganden mot skilda former av otillbörliga förfaranden, som finns exempelvis i brottsbalken och förslaget till lag om otillbörlig konkurrens. Är en efterbildning i strid mot vad som är eller kan anses vara avtalat mellan två parter skall kontraktsträttsliga normer ligga till grund för prövningen av förfarandet.

Emellertid kan det möjligen tänkas förekomma förfaranden vid efterbildning, vilka ter sig lika etiskt klandervärda som straffbara förfaranden men är artskilda från dessa. Sådana metoder bör vara angripbara med stöd av en lagstiftning mot otillbörlig konkurrens. För att missförstånd inte skall uppstå vill utredningen än en gång understryka att här endast avses speciellt odiösa *förfaranden* vid efterbildning och att genom lagen om otillbörlig konkurrens inte får ges något objektsskydd utöver det som följer av speciallagstiftningen.

Den rättspolitiska bedömningen av *otillbörligt utnyttjande av annans renommé* har lett till att man genom en lagstiftning mot otillbörlig konkurrens bör kunna ingripa mot vissa fall av sådant utnyttjande av annan näringsidkare, som inte innefattar någon förväxlingssituation och därmed faller utanför känneteckenslagstiftningen.

Utredningen har övervägt om det möjligen kan finnas andra otillbörliga metoder eller förfaranden, som bör behandlas i detta sammanhang. Ett studium av tillämpningen av rättsliga och utomrättsliga normer mot otillbörlig konkurrens i västeuropeiska länder och Förenta Staterna under tiden efter första världskriget ger inte anvisning om några sådana förfaranden; vad som bedömts kan karakteriseras som varianter på sedan länge kända typfall. Professor af Trolles kartläggning av diskutabla säljfrämjande metoder har heller inte bragt i dagen några helt nya otillbörliga metoder. Med stöd av detta material kan man konstatera att det inte sällan hörda talet om att konkurrensen ständigt uppträder i nya former är högst överdrivet. Anledning finns att anta att några i egentlig mening nya typfall av etiskt tvevelaktiga marknadsföringsmetoder eller andra konkurrensåtgärder knappast kommer att introduceras.

Utredningen anser sig således ha en i stort sett fullständig bild av vad som ytterligare bör behandlas i en lag om otillbörlig konkurrens. Rättstekniskt kan detta ske på olika sätt. Man kan tänka sig *specialbestämmelser* med särskilt utformade rekvisit för olika fall. En annan lösning är ett mer generellt utformat stadgande, inom vars ram särskilda kriterier får utformas för de skilda fallen, en s. k. *generalklausul*. En tredje möjlighet är en kombination av specialbestämmelser och generalklausul.

De *övriga nordiska förslagen* innehåller såsom tidigare redovisats vissa specialbestämmelser, det danska om trading stamps, det finska om förmå-

ner, vars erhållande beror på en tillfällighet, och det norska om tilläggserbjudanden, om säljlotterier och om rätten att använda termerna utförsäljning, realisation och liknande. Som komplettering föreslås, liksom i gällande rätt, förbudssanktionerade generalklausuler.

Utredningen har för vissa typfall sökt att formulera specialbestämmelser mot de företeelser, som man ansett otillbörliga. Det visade sig därvid att kriterierna på det otillbörliga blev tämligen vaga. I vissa fall såg man sig nödsakad att ta med så många kriterier, att bestämmelserna blev otypiska, men trots detta var man osäker om man fångat in vad man önskade.

Å andra sidan fann man att de väsentligaste kriterierna på det otillbörliga genomgåendet var nära besläktade; i stort sett är det fråga om olika former av otillbörligt utnyttjande av allmänheten eller av andra näringsidkare.

Dessa omständigheter talar för att en generellt utformad bestämmelse är rättstekniskt bättre än skilda specialbestämmelser.

För en sådan lösning talar också, vilket starkt betonats under de nordiska överläggningarna, att en generalklausul finns i gällande danska, finska och norska lagar mot otillbörlig konkurrens samt att de danska och finska kommittéerna och en betydande majoritet i den norska kommittén förordar dess bibehållande. Representanter från de övriga nordiska kommittéerna har understrukit att det är ett väsentligt samnordiskt intresse att lagarna mot otillbörlig konkurrens är i sina huvuddrag inte bara innehållsmässigt utan också rättstekniskt lika utformade.

Utredningen har funnit de här angivna skälen, särskilt det nordiska argumentet, tungt vägande och föreslår därför en allmänt utformad bestämmelse såsom medel till ingripande mot de här diskuterade formerna av otillbörlig konkurrens.

Utredningen vill nämna att ett annat skäl för en generalklausul, som ibland förs fram, är att det i Pariskonventionens art. 10 bis. stadgas, att unionsländerna är pliktiga att tillförsäkra dem som tillhör något unionsland verksamt skydd mot illojal konkurrens och att varje konkurrenshandling, som strider mot god affärssed, utgör en handling av illojal konkurrens. Den allmänna uppfattningen på Haagkonferensen 1925, där denna definition av vad som avses med illojal konkurrens infördes i konventionen, var emellertid att definitionen inte medförde förpliktelse för de anslutna staterna att ha en generalklausul mot otillbörlig konkurrens. Man menade att definitionen närmast skulle få värde som en principiell grund för utvecklingen av lagstiftningen mot illojal konkurrens i de skilda länderna. Bristen på generalklausul eller motsvarande generell bestämmelse i vårt land — liksom f. ö. i England, som också är anslutet till Pariskonventionen — har därför inte ansetts strida mot konventionens fordringar.

Påföljden för överträdelse av den allmänna bestämmelsen föreslås vara förbud. Överträdelse av meddelat förbud föreslås medföra straff och skadeståndsskyldighet. Motiven till detta förslag utvecklas i kap. IX.

Vad härefter angår *utformningen av den allmänna bestämmelsen* så stadgas i de danska, finska och norska förslagen till generalklausul att i näringsverksamhet inte må företas handlingar, som »strider mod redelig forretningskikk», »strider mot god affærssed» resp. »etter god forretningskikk er utilbørlige».

Mot ett på motsvarande sätt formulerat svenskt stadgande har anförts att det kunde medföra att näringsidkare kunde bli benägna att avstå från nya, för konkurrenterna obekväma distributionsformer eller varierade metoder för marknadsföring av fruktan för att deras förfarande skulle stämplas som stridande mot god affærssed. Den allmänna bestämmelsen skulle med andra ord kunna användas i en anda som är motsatt den som ligger bakom KBL.

Såsom utredningen flera gånger framhållit måste man naturligtvis vid utformningen av lagen om otillbörlig konkurrens beakta rådande samhälleliga värderingar av konkurrensen i näringslivet. En generalklausul som skulle kunna uppfattas som ett »vapen» mot exempelvis avgöranden av näringsfrihetsmyndigheterna, vilka byggts på dessa värderingar, är givetvis utesluten. För att undvika missförstånd på denna punkt är det angeläget att den allmänna bestämmelsen formuleras så att det tydligt markeras, att den endast ger utrymme för värderingar av etisk-moralisk karaktär, värderingar som ligger vid sidan om de mer ekonomiska och näringspolitiska bedömningar som görs enligt KBL. Termen god affærssed är därför inte lämplig i detta sammanhang.

Utredningens rättspolitiska bedömningar utmynnar i att den allmänna bestämmelsens viktigaste användningsområde är att ge möjlighet till ingripande mot konkurrensmetoder, som är otillbörliga gentemot konsumenter. Detta bör framgå av bestämmelsens formulering. Även av detta skäl anser utredningen det olämpligt att ange kriteriet på det otillbörliga därmed att det strider mot god affærssed.

Till följd av dessa överväganden föreslår utredningen att den allmänna bestämmelsen formuleras så att därav framgår att i näringsverksamhet inte får vidtas konkurrensåtgärd, varigenom hederlighet och god affärsmoral åsidosätts gentemot konsumenter eller näringsidkare.

Vad angår *räckvidden* av den föreslagna allmänna bestämmelsen erinrar utredningen om att resp. specialbestämmelse i förslaget exklusivt reglerar de typfall av otillbörlig konkurrens, som bestämmelsen avser. Brister något rekvisit för tillämpning av förslagens 2, 3, 4 eller 5 §, skall alltså ingripande inte kunna ske med stöd av den allmänna bestämmelsen. Vidare skall frågan om objektsskydd för kännetecken, uppfinningar, mönster m. m. helt lösas inom ramen för den immaterialrättsliga ensamrättslagstiftningen. Avsikten är inte heller att den allmänna bestämmelsen skall vara en allmän utfyllnadsbestämmelse på näringslivets område till allmänna kontraktsrättsliga eller skadeståndsrättsliga normer.

1 § i utredningens förslag är endast avsedd för vissa här ovan exemplifierade grava typfall av otillbörlig konkurrens, vilka är artskilda från dem som omfattas av lagens specialbestämmelser och av allmänna straffstadganden. Konkurrensfriheten får under inga omständigheter beskäras genom en vidare tillämpning av den allmänna bestämmelsen.

Enligt de danska, finska och norska förslagen — liksom enligt gällande rätt i dessa länder — kan generalklausulerna i lagarna om otillbörlig konkurrens tillämpas både på typfall, som helt täcks av specialbestämmelser i lagarna, och på varianter, som faller utanför specialbestämmelsernas tillämplighetsområde. Generalklausulerna kan också komplettera den immaterialrättsliga ensamrättslagstiftningen.

Samma uppfattning om generalklausulens funktion som allmän komplettering till specialbestämmelserna i lagen mot otillbörlig konkurrens finns i tysk rätt. Den tyska generalklausulen används både på typfall, som inte behandlas i nämnda lag, och på fall, som i sin helhet täcks av en specialbestämmelse. Brister något rekvisit i specialbestämmelsen, hindrar detta inte att handlingen kan förbjudas med stöd av generalklausulen. Och problemet slavisk efterbildning har som tidigare redovisats i stor utsträckning behandlats inom ramen för generalklausulen.

Den österrikiska generalklausulen är likalydande med den tyska. Men uppfattningen om generalklausulens förhållande till specialbestämmelserna i lagen mot otillbörlig konkurrens är i princip en annan än uppfattningen i Tyskland. Generalklausulen anses inte tillämplig, när ett sakförhållande i hela sin omfattning faller under en specialbestämmelse. Generalklausulen kan emellertid åberopas i fall, där det brister i något av rekvisiten i en specialbestämmelse och konkurrensförhållandets »sittenwidrige Charakter» ådagalagts genom andra omständigheter. Dessa andra omständigheter måste dock innebära att det är fråga om en jämförd med specialbestämmelsen olikartad »Sittenwidrigkeit». Då det gäller förhållandet till den immaterialrättsliga ensamrättslagstiftningen överensstämmer däremot den österrikiska uppfattningen om generalklausulens funktion med den tyska.

Tillämplighetsområdet för utredningens förslag till allmän bestämmelse påminner alltså i vissa avseenden om tillämplighetsområdet för den österrikiska generalklausulen. Däremot är räckvidden av den föreslagna svenska allmänna bestämmelsen mindre än räckvidden av de danska, finska, norska och tyska generalklausulerna. Såvitt gäller förhållandet till de immaterialrättsliga ensamrättslagarna i de nordiska länderna är detta emellertid väsentligen en fråga om något olika, historiskt betingad rättsteknik, som inte behöver leda till nämnvärt olika resultat i rättstillämpningen.

Den principiellt lämpligaste *placeringen* av den allmänna bestämmelsen borde enligt utredningens uppfattning vara efter specialstadgandena om

vilseledande reklam m. m., företagsspioneri och missbruk av företagshemlighet m. m. samt bestickning i näringsverksamhet m. m. Men i de andra nordiska kommittéerna har det varit ett starkt önskemål att den allmänna bestämmelsen placeras först även i den svenska lagen. Utredningen har velat tillmötesgå detta önskemål.

Specialmotivering till 1 §

Enligt första stycket i 1 § får i näringsverksamhet ej vidtagas konkurrensåtgärd, genom vilken hederlighet och god affärsmoral åsidosätts gentemot konsumenter eller näringsidkare.

I andra stycket sägs att om särskilda slag av otillåtna handlingar stadgas i 2—5 §§. Därmed markeras att 1 § skall tillämpas endast på andra typfall av otillbörlig konkurrens än dem som behandlas i de följande paragraferna.

Vidtar någon åtgärd, som i 1 § första stycket sägs, äger domstol enligt 6 § vid vite förbjuda honom att fortsätta därmed. Om de subjektiva förutsättningarna för meddelande av förbud, om påföljderna för överträdelse av förbud samt om talerätt m. m. hänvisas till kap. IX med specialmotivering till 6, 9 och 10 §§.

Med *näringsverksamhet* avses yrkesmässigt bedriven verksamhet av ekonomisk art. Innebörden av termen är närmare utvecklad i specialmotiveringen till 2 §.

Termen *konkurrensåtgärd* markerar att det skall vara fråga om en handling i näringsverksamhet, som företas i försäljnings- eller inköpsfrämjande syfte och är riktad mot konsument eller näringsidkare. Interna åtgärder inom företagen faller därmed utanför, liksom andra åtgärder, som inte berör den utåtriktade konkurrensen i näringslivet.

Utan betydelse är vem som vidtar konkurrensåtgärden. Vitesförbud kan alltså meddelas av domstol oavsett om åtgärden företagits av näringsidkaren själv, av anställd eller uppdragstagare eller av någon annan som handlar på näringsverksamhetens vägnar.

Förbud kan meddelas om åtgärden är sådan att *hederlighet och god affärsmoral* åsidosätts gentemot konsumenter eller näringsidkare. Sammanställningen hederlighet och god affärsmoral har valts för att poängtera att prövningen skall avse åtgärdens etiska halt. Näringspolitiska, distributions-ekonomiska, distributionstekniska och liknande överväganden skall inte göras enligt 1 §.

Hederlighet och god affärsmoral är att betrakta som ett enhetligt begrepp, avsett att uttrycka en tänkt generell norm av etisk-moralisk karaktär, inom vars ram domstolen har att formulera specialnormer för skilda typfall. Handlingar genom vilka hederlighet och god affärsmoral åsidosätts är handlingar, som från allmän synpunkt är gravt förkastliga, i princip lika klandervärda som de handlingar, vilka omfattas av lagens specialbe-

stämmelser. God affärssed, den sammanfattande beteckningen för de normer, som Näringslivets Opinionsnämnd följer och skapar, lämnar utrymme för ingripande i vidsträcktare omfattning.

Fråga är endast om åtgärder genom vilka hederlighet och god affärs-moral åsidosätts gentemot *konsumenter eller näringsidkare*. Andra intressen, exempelvis en enskild persons, vilkens namn eller bild används i samband med en konkurrensåtgärd, faller utanför bestämmelsens räckvidd.

De typfall för vilka den generella normen i 1 § skall bilda ram för bedömningen är främst etiskt klandervärda marknadsföringsmetoder. Olika marknadsföringsmetoder har kartlagts och rättspolitiskt bedömts i början av detta kapitel. En sammanfattning av vad som enligt utredningens uppfattning skall kunna förbjudas med stöd av lagen om otillbörlig konkurrens har getts inledningsvis i avsnittet om den rättstekniska lösningen. Även andra nu eller framdeles tillämpade marknadsföringsmetoder kan finnas lika moraliskt klandervärda, som de där beskrivna. Utredningen vill emellertid understryka betydelsen av att 1 § bara tillämpas på metoder, som otvivelaktigt är otillbörliga från allmän synpunkt. Det i princip fria valet mellan olika konkurrensmetoder får under inga förhållanden beskäras med stöd av 1 § lagen om otillbörlig konkurrens.

Skulle ett efterbildande av ett genom den immaterialrättsliga ensamrättslagstiftningen inte särskilt skyddat objekt göras med metoder, vilka ter sig lika etiskt klandervärda som dem som behandlas i befintliga eller föreslagna straffstadganden men som är artskilda från dessa, skall ingripande kunna ske med stöd av 1 §. Såsom i avsnittet om utredningens rättspolitiska bedömning av otillbörlig efterbildning närmare utvecklats skall den allmänna bestämmelsen däremot inte användas i fall, då ett förfarande nästan men inte helt täcks av ett straffstadgande. Inte heller skall ett utsträckt objektsskydd kunna åvägbringas med stöd av 1 §.

Ytterligare ett typfall av otillbörlig konkurrens, som skall kunna förbjudas enligt den allmänna bestämmelsen, är visst genom känneteckenslagstiftningen inte åtkomligt otillbörligt utnyttjande av annans renommé. Det hänvisas till utredningens rättspolitiska bedömning av dessa typfall.

Andra moraliskt förkastliga typfall av konkurrensåtgärder än de hittills nämnda torde måhända kunna tänkas men som tidigare framhållits anser utredningen det angeläget att man inte extenderar tillämpningen av de föreslagna 1 § i lagen om otillbörlig konkurrens till situationer, som inte är klart otillbörliga.

Särskilt om förhållandet till KBL

Med den utformning och det innehåll 1 § i utredningens förslag fått menar utredningen att någon konflikt inte skall uppkomma mellan tillämpningen av denna paragraf och tillämpningen av 1 och 5 §§ KBL.

Vad domstol har att bedöma enligt 1 § i utredningens förslag är huruvida en konkurrensåtgärd är sådan att genom den hederlighet och god affärsmoral åsidosätts gentemot konsumenter eller näringsidkare.

På näringsfrihetsrådet ankommer enligt 1 och 5 §§ KBL att genom förhandling söka undanröja skadlig verkan av konkurrensbegränsning som bringas under dess bedömning. Med skadlig verkan av konkurrensbegränsning förstås att konkurrensbegränsningen »på ett ur allmän synpunkt otillbörligt sätt påverkar prisbildningen, hämmar verkningsförmågan inom näringslivet eller försvårar eller hindrar annans näringsutövning».

Termerna konkurrensåtgärd och konkurrensbegränsning är inte definierade i resp. lag. De konkurrensåtgärder som avses i 1 § utredningens förslag är främst vissa typfall av ohederliga marknadsföringsmetoder och visst såsom ohederligt bedömt utnyttjande av annan näringsidkares renommé. Möjligen kan bestämmelsen bli tillämplig också på andra konkurrensåtgärder men endast under förutsättning att de är på motsvarande sätt moraliskt förkastliga.

Med konkurrensbegränsning förstås enligt förarbetena till KBL varje omständighet, som innebär eller har till följd att konkurrensen inte är fri och ohämmad. Vad som prövas enligt KBL är emellertid inte konkurrensbegränsningen såsom sådan utan dess verkan. Denna prövning är av ekonomisk och näringspolitisk art. Med orden »på ett ur allmän synpunkt otillbörligt sätt» avses att markera att man skall ta hänsyn till samtliga förhållanden av samhällelig art, vilka kan inverka motiverande eller ursäktande.

Domstols prövning enligt 1 § i utredningens förslag och näringsfrihetsmyndigheternas prövning enligt 1 och 5 §§ KBL avser sålunda helt olika förhållanden och ligger på helt olika plan. Enligt utredningens mening föreligger ingen risk för att domstol vid tillämpningen av 1 § i utredningens förslag skall ge stöd åt konkurrensbegränsningar, som kan ha skadlig verkan, eller att de näringsfrihetsvårdande myndigheterna vid tillämpningen av 1 och 5 §§ KBL skall främja ohederliga konkurrensmetoder.

KAPITEL VIII

ORIKTIG GEOGRAFISK URSPRUNGSBETECKNING

Gällande svensk rätt

I Sverige finns två särskilda lagar om oriktig geografisk ursprungsbeteckning, nämligen lagen den 4 juni 1913 angående förbud mot införsel till riket av varor med oriktig ursprungsbeteckning samt lagen den 9 oktober 1914 angående förbud i vissa fall mot varors förseende med oriktig ursprungsbeteckning och saluhållande av oriktigt märkta varor. Dessutom finns en kungörelse den 22 maj 1953 angående skydd för vissa utländska ursprungsbeteckningar. Kungörelsen är föranledd av Sveriges anslutning till den internationella Madridöverenskommelsen den 14 april 1891 angående undertryckande av oriktiga ursprungsbeteckningar på handelsvaror.

1913 års lag

1913 års lag ersatte en förordning från 1888 med samma rubrik. Ändamålet med 1888 års förordning var att till skydd för såväl inhemsk industri och handel som den köpande allmänheten förhindra, att hit till riket för försäljning infördes mången gång underhaltiga varor, försedda med beteckningar, som oriktigt gav varorna sken av att vara av svenskt ursprung (1911 års betänkande, s. 25). I förordningen stadgades därför med vissa undantag förbud mot att för försäljning till riket införa vara, å vilken anbragts namn å ort, fastighet, industriell anläggning eller näringsidkare inom Sverige eller annan beteckning, som gav varan sken av att vara tillverkad i Sverige. Vid överträdelse av förbudet skulle varan tas i beslag vid införseln och av domstol dömas förbruten. På yrkande av ägaren eller mottagaren sist inom fyra dagar ålåg det tullförvaltningen att till generaltullstyrelsens prövning hänskjuta frågan, huruvida åtal för överträdelse av förordningen skulle anhängiggöras, eller om beslaget borde, såsom utan laga skäl verkställt, återgå.

Mot dessa bestämmelser framställdes huvudsakligen tre anmärkningar. För det första anmärktes att förordningens stadganden om vad som skulle anses som oriktig ursprungsbeteckning inte var nog tydligt avfattade och på grund härav kommit att ge anledning till en alltför vidsträckt tolkning. För det andra framhölls, att påföljden för överträdelse av förordningen, nämligen varans förverkande, oftast var obilligt sträng och ej påkallad för vinnande av förordningens syftemål. För det tredje anmärktes att mål rö-

rande överträdelse av förordningen inte vann tillräckligt skyndsam behandling.

I anledning av dessa anmärkningar framlade patentlagstiftningskommittén, som fått i uppdrag att utreda behovet av revision av 1888 års förordning, i sitt första betänkande (1911 års betänkande) ett lagförslag vari de angivna bestämmelserna givits en annan utformning. Beskrivningen av begreppet oriktig ursprungsbeteckning gjordes fylligare. I stället för stadgandet om varans förverkande föreslogs skyldighet för varuägaren att utplåna eller neutralisera den oriktiga ursprungsbeteckningen samt att därjämte, utom i visst undantagsfall, erlagga en straffavgift, motsvarande tio procent av varans värde. Endast om varuägaren inte ställde sig till efterrättelse föreläggande härom eller beteckningen inte kunde utplånas eller oskadliggöras skulle varan förklaras förbruten. För att nå större skyndsamhet i proceduren föreslog kommittén, att handläggningen och avgörandet av ifrågavarande mål skulle överflyttas från domstolarna till generaltullstyrelsen såsom första och regeringsrätten såsom andra instans. Efter bearbetning av förslaget utfärdades 1913 års lag, som numera efter en del smärre lagändringar innehåller i huvudsak följande.

Vara, å vilken finnes anbragt beteckning, som ger varan sken av att ha frambragts eller tillverkats i Sverige, må ej från utrikes ort hit till riket införas för försäljning (1 § första stycket). Lagen gäller ej endast tillverkade varor utan även naturprodukter. Varor, som importerats för annat ändamål än försäljning, exempelvis för eget bruk, för användning i produktion eller för utdelning som reklam, omfattas ej av lagen.

Den omständigheten, att å vara förekommande beteckning är avfattad på svenska språket eller att å vara anbragts avbildning med svenskt motiv, skall, även om i sistnämnda fall avbildningen åtföljes av förklarande text, ej i och för sig utgöra hinder för varans införande (1 § andra stycket). Detta stycke infördes emedan uttrycket »annan beteckning» i 1888 års förordning tolkats så vidsträckt att ord på svenska språket samt avbildning med svenska motiv, särskilt om de åtföljdes av förklarande text, i och för sig ansetts som svenska ursprungsbeteckningar.

Lagen anger tre fall, beträffande vilka införsel förbudet ej äger tillämpning. Det gäller a) återinförda varor, b) varor med generiska beteckningar och c) varor å vilka den oriktiga ursprungsbeteckningen neutraliserats (1 § tredje stycket).

a) Förbudet gäller inte då det ådagaläggs, att varan verkligen är frambragt eller tillverkad i Sverige och förut blivit utförd ur riket. Bevisskyldigheten åligger varuägaren.

b) Förbudet äger inte heller tillämpning då den åsatta beteckningen enligt handelsbruk endast tjänar att utmärka varans art (generisk beteckning). Såsom exempel på beteckningar, som hos oss torde böra betraktas som generiska, anges i förarbetena benämningarna gants-de-suède, eau-de-

cologne, portlandscement, schweizerost samt pilsneröl och vichyvätten jämte ett flertal andra namn å öl- och mineralvattensorter. Sådana benämningar som vadstenaspetsar, eskilstunasmide, brieost och rysk kaviar lär enligt samma källa vara att hänföra till ursprungsbeteckningar.

c) Det tredje undantaget avser det fallet, att utöver den svenska ursprungsbeteckningen på varan finns på tydligt, lätt i ögonen fallande och varaktigt sätt angivet, att varan är av utländskt ursprung. Exempel på neutraliserande beteckningar är »import», enligt nyare praxis även »imp.», »importerad», »utländsk tillverkning», »ej svenskt fabrikat».

Ankommer hit till riket vara, som jämlikt 1 § ej må hit införas, skall varan vid införseln tas i beslag av tullpersonalen. Då vara tagits i beslag skall densamma avlämnas till närmaste tullförvaltning, där den lämpligen kan förvaras, varjämte underrättelse om beslaget ofördröjligen skall avsändas till varans adressat (2 §).

Verkställt beslag skall av den tullförvaltning, till vilken varan avlämnats, skyndsamt underställas generaltullstyrelsens prövning. Förvaltningen skall därvid avge rapport och yttrande huruvida den beteckning, som föranlett beslaget, kan utplånas eller neutraliseras och hur detta lämpligen bör göras (4 §). Innan målet av generaltullstyrelsen företas till avgörande, skall tillfälle lämnas befattningshavare, som styrelsen förordnar, samt varuägaren att yttra sig i målet (5 §).

Finner generaltullstyrelsen beslaget inte vara lagligen grundat, skall det upphävas av styrelsen (6 §). Prövas däremot beslaget vara lagligt, kan två situationer inträffa. Antingen kan den oriktiga ursprungsbeteckningen inte utplånas eller neutraliseras utan att varan därigenom i sin helhet förstörs eller förlorar allt värde såsom handelsvara. I så fall skall den av generaltullstyrelsen förklaras förbruten (7 §). Eller också möter inte hinder mot utplånande eller neutralisering. Är det fallet skall generaltullstyrelsen förelägga varuägaren att inom viss tid i enlighet med närmare av styrelsen meddelade föreskrifter under tillsyn av tullpersonal oskadliggöra den oriktiga beteckningen. Därjämte skall varuägaren föreläggas att, såframt det ej visas att varan mot ägarens förbud blivit obehörigen märkt, inom tid och i den ordning, som stadgas i fråga om erläggande av tull, betala en straffavgift, motsvarande tio procent av varans värde, dock ej under 10 eller över 500 kronor för allt med samma lägenhet till honom ankommet obehörigen märkt gods (8 §). Grunden till bestämmelsen om straffavgift, vars minimi- och maximibelopp inte ändrats sedan 1913, är enligt förarbetena att man inte ansett det lämpligt att varuägaren inte skulle drabbas av annan påföljd än kostnaden för utplånande eller neutralisering av den oriktiga ursprungsbeteckningen; man menade att det behövdes ett mera verksamt medel mot försök till lagöverträdelse. Bevisskyldigheten för att varan blivit mot ägarens förbud obehörigen märkt faller, såsom framgår av lagtexten, på varuägaren.

Ställer sig varuägaren inte till efterrättelse vad som förelagts honom i fråga om den oriktiga ursprungsbezeichnungens oskadliggörande, skall varan av generaltullstyrelsen förklaras förbruten (9 §). Erläggs ej straffavgiften, skall gällande bestämmelser angående uttagande av oguldna tullavgifter vinna motsvarande tillämpning (10 §).

Generaltullstyrelsens beslut jämlikt 6, 7, 8 eller 9 § kan överklagas till regeringsrätten såväl av den av generaltullstyrelsen förordnade befattningshavaren som av varuägaren, dock med viss inskränkning för den förre (13 §).

Varuägaren har vissa möjligheter att få ut varan, innan beslut i beslagsfrågan vunnit laga kraft (14 § andra stycket).

Vad i lagen stadgas gäller även i det fallet, att den oriktiga ursprungsbezeichnung är anbragt å emballage, i vilket varan vid införseln förvaras, om emballaget är sådant, att varan är avsedd att hållas till salu däri (17 §).

Slutligen innehåller 1913 års lag vissa bestämmelser om utländska ursprungsbezeichnungar (18 §). Dessa behandlas i anslutning till redogörelsen för Madridöverenskommelsen.

1914 års lag

I samband med utfärdandet av 1913 års lag fick patentlagstiftningskommittén i uppdrag att utarbeta förslag till en provisorisk lag med bestämmelser mot åsättande inom landet å varor av oriktig ursprungsbezeichnung och försäljning inom landet av sålunda märkta varor. I sitt med anledning härav avgivna betänkande (1913 års betänkande) anförde kommittén att det mål, som man med 1888 års förordning och 1913 års lag velat vinna, nämligen att förebygga att främmande varor utsläpptes i den inhemska marknaden med beteckningar, som gav dem sken av att vara svenska, endast kunde ofullständigt nås, så länge det var tillåtet att hålla till salu utländska varor med svenska ursprungsbezeichnungar, om blott dessa åsatts först inne i landet. Ansågs den svenska industriens och handelns liksom den köpande allmänhetens intressen kräva förbud mot införsel till riket av utländska varor med svenska ursprungsbezeichnungar, menade kommittén att samma intressen också måste anses kräva skydd mot enahanda missbruk inom landet. För en utsträckt lagstiftning talade enligt kommittén vidare kraftigt de strävanden att befordra omsättningen av svenska varor, som under åren före första världskriget gjort sig gällande (1913 års betänkande, s. 19). Kommitténs förslag ledde efter betydande omarbetning till 1914 års lag, som med därefter vidtagna ändringar har följande innehåll.

Den som här i riket å utländsk vara, avsedd för försäljning, eller å emballage, däri dylik vara skall saluhållas, i avsikt att vilseleda i fråga om varans ursprung anbringar beteckning, som ger varan sken av att ha frambragts eller tillverkats i Sverige, straffas med böter eller, då omständigheterna är synnerligen försvårade, med fängelse högst sex månader (1 § första stycket). Här liksom i 1913 års lag är endast fråga om vara avsedd för försäljning. Vad som stadgas om emballage motsvarar bestämmelsen i 17 § i

1913 års lag. Lagen gäller i likhet med 1913 års lag såväl industrialster som naturaprodukter. Till skillnad från vad förhållandet är i 1913 års lag, ford-
 ras för tillämpning av 1914 års lag att det subjektiva rekvisitet föreligger,
 att gärningsmannen har avsikt att vilseleda i fråga om varans ursprung.
 Bevisskyldigheten faller på åklagaren. Att detta subjektiva rekvisit infördes
 berodde enligt förarbetena på att man från lagens tillämplighetsområde
 ville utesluta det fallet, att en handlande, grossist eller detaljist, å embal-
 laget till en vara, som hade sitt ursprung från annan ort än den, där han
 drev sin rörelse, eller å en varan vidhäftad prislapp eller liknande etikett
 anbringade sitt namn eller sin firma jämte sin adress; omförmälda beteck-
 ningar var nämligen merendels tillkomna endast för att ange hos vem
 varan var köpt, ej vem som tillverkat densamma (1913 års betänkande,
 s. 24).

Samma straff drabbar den som, i avsikt att vilseleda i fråga om varans
 ursprung, här i riket håller till salu utländsk vara, åt vilken genom någon
 därå eller å dess emballage anbragt beteckning eller genom beteckning å
 anslag eller skylt eller i annons, cirkulär, prospekt, priskurant eller annat
 för ett större antal personer avsett meddelande ges sken av att ha fram-
 bragts eller tillverkats i Sverige; dock att vad nu sagts inte skall gälla om
 gärningen är straffbar enligt IKL (1 § andra stycket). Hänvisningen till IKL
 infördes 1931 i samband med IKL:s utfärdande. Exemplifieringen på med-
 delanden, som är avsedda för ett större antal personer, är numera efter en
 lagändring 1953 i anslutning till en ändring av Madridöverenskommelsen
 1934 densamma som i 1 § IKL.

Den omständigheten, att beteckning är avfattad på svenska språket eller
 att såsom beteckning används avbildning med svenskt motiv, skall ej, även
 om i sistnämnda fall avbildningen åtföljs av förklarande text, i och för sig
 anses ge varan sken av att ha frambragts eller tillverkats i Sverige (1 § tredje
 stycket). Bestämmelsen motsvarar i sak helt 1 § andra stycket i 1913 års lag.

1914 års lag gör liksom 1913 års undantag för generiska beteckningar och
 neutraliserade oriktiga ursprungsbeteckningar (1 § fjärde stycket).

Även 1914 års lag har en bestämmelse, som tar sikte på internationella
 förhållanden (2 §). Denna skall redovisas i samband med redogörelsen för
 Madridöverenskommelsen.

1914 års lag avslutas med en bestämmelse om fortsatt brott, som numera
 saknar betydelse (3 §), en föreskrift om att brott mot lagen faller under all-
 mänt åtal (4 §) och ett stadgande om att böter tillfaller kronan (5 §).

Andra lagbestämmelser

Som nämnts var 1914 års lag från början endast avsedd att vara provisorisk.
 I sitt betänkande med förslag till IKL 1915 föreslog patentlagstiftningskom-
 mittén också att 1914 års lag skulle upphävas och motsvarande bestämmel-
 ser intas i IKL. Härom förekom i huvudsak följande.

De första paragraferna i kommitténs förslag handlade om illojal reklam.

I den förbudssanktionerade 1 §, till vilken den straffsanktionerade 2 § hänvisade, nämndes som exempel på sådan reklam lämnande av oriktig uppgift om varors ursprung. I 4 § gjordes undantag för generiska beteckningar. En förutsättning för tillämpning av 1 och 2 §§ skulle vara att uppgiften var ägnad att med en näringsverksamhet, dess varor eller yrkesprestationer förbinda uppfattningen om något i ett eller annat hänseende gynnsamt.

Kommittén framhöll att 1 och 2 §§ i ganska betydande omfattning kunde vinna tillämpning på oriktiga ursprungsbeteckningar. Som exempel nämnde kommittén att någon i strid mot verkliga förhållandet angav, att av honom saluhållna knivar var tillverkade i Eskilstuna eller att vin, som han förde i marknaden, härstammade från Frankrike. Andra exempel var sådana oriktigt använda beteckningar som svenska tändstickor, Norrköpings vävnader, franska bronser, Lyonsiden, Meissenerporcelain, Solingens stålvaror, ryska galoscher, engelska filthattar, Havannacigarrer. Eftersom det för paragrafernas tillämpning fordrades att uppgiften var ägnad att framkalla uppfattningen om något gynnsamt i det gjorda anbudet — fortsatte kommittén — berördes emellertid av stadgandena endast sådana ursprungsuppgifter, där ifrågakomna land, stad osv. åtminstone i någon mån var bekant för produktion av goda varor av förevarande slag; utgav någon exempelvis en utländsk vara för svensk föll alltså, om nämnda förutsättning brast, ett dylikt förfarande ej under stadgandena. I betraktande av denna begränsning av de allmänna bestämmelserna om illojal reklam ansåg kommittén att bestämmelserna i 1914 års lag borde bibehållas och lämpligen inryckas i lagen om illojal konkurrens. Medbestämmande hade därvid enligt kommittén varit dels tanken att ytterligare stödja de strävanden att förmå allmänheten att köpa svenska varor och på sådant sätt gynna svensk industri, som vid den tiden alltmer kommit till uttryck, dels önskan att bringa lagstiftningen på förevarande område i större överensstämmelse med 1913 års lag och med Madridöverenskommelsen (1915 års betänkande, s. 253 och 256). Samtidigt som 1914 års lag föreslogs upphävd, intogs därför stadganden motsvarande 1 och 2 §§ i sagda lag som 13 och 14 §§ i kommitténs förslag till lag om illojal konkurrens; den enda sakliga ändring av betydelse som därvid gjordes, var att den brottslige enligt 13 § jämväl skulle vara skyldig att ersätta uppkommen skada.

Även vid införandet av 1931 års IKL beaktades förhållandet till 1914 års lag. 1 § IKL innehåller den ändringen i förhållande till patentlagstiftningskommitténs förslag att rekvisitet »ägnad att med oförmålda näringsverksamhet, dess varor eller yrkesprestationer förbinda uppfattningen om något i ett eller annat hänseende gynnsamt» ersatts med »ägnad att framkalla uppfattningen om ett fördelaktigt anbud». Även med denna formulering fordras för tillämpning av stadgandet, att ifrågakomna land eller ort är bekant för produktion av goda varor av föreliggande slag. Genom 1914 års lag åter — framhöll departementschefen — beredes skydd för geografiska ur-

sprungs-beteckningar över huvud taget, vad angår svensk ors-beteckning dock endast om den används beträffande utländsk vara, inte om den används beträffande svensk vara från annan inländsk ort än den, varå beteckningen hänvisar, och vad angår ursprungs-beteckning, hänsyftande å främmande stat, allenast om Konungen därom förordnat med avseende å nämnda stat. Då 1914 års lag och IKL alltså delvis sammanföll och straffet enligt IKL kunde bli högre, gjordes det tillägget till 1 § i 1914 års lag att straff enligt sagda lag inte skulle följa, om gärningen var straffbar jämlikt IKL (prop. 1931: 175, s. 22). I övrigt fick 1914 års lag bestå oförändrad.

Har någon blivit vilseledd och förmått till en disposition genom en oriktig ursprungs-beteckning, blir 9 kap. BrB tillämpligt. Enligt förarbetena till 1914 års lag antas en och samma handling kunna vara straffbar jämlikt både 1914 års lag och de allmänna bestämmelserna mot bedrägeri och oredlighet (1913 års betänkande, s. 28).

I detta sammanhang må anmärkas att i många författningar avseende olika varuslag, bland annat livsmedelsstadgan, finns bestämmelser om obligatorisk ursprungs-beteckning av vissa varor såsom villkor för införsel till riket eller saluhållande inom landet.

Under åren 1933—1957 gällde en kungörelse angående märkning av vissa varor av utländskt ursprung. Enligt denna kungörelse förelåg beträffande över etthundra statistiska nr i tulltaxan skyldighet att vid import märka varorna med ordet import eller med beteckning, angivande ursprungsland. Kungörelsen hade tillkommit i samband med avsättningssvårigheterna för svensk produktion i början av 1930-talet och upphävdes 1957 på framställning av Stockholms handelskammare samt efter tillstyrkan av majoriteten av ett stort antal hörda myndigheter och organisationer.

Internationella överenskommelser

Pariskonventionen

Pariskonventionen 1883 för skydd av den industriella äganderätten, reviderad senast i London 1934 och i Lissabon 1958, innehåller i artikel 10 bestämmelser om ursprungs-beteckningar. Artikel 10 1. hänvisar till artikel 9, vilken innehåller i huvudsak följande: Varor, på vilka olovligen finns anbragt fabriks- eller handelsmärke (varumärke) eller firma, skall tas i beslag vid införseln till de unionsländer, i vilka ifrågavarande märke eller firma äger rätt till laga skydd. Beslag skall likaledes verkställas inom det land, där den olovlige beteckningen anbragts, eller inom det land, till vilket varan blivit införd. Beslag skall ske på begäran av allmän åklagare, annan behörig myndighet eller målsägande i enlighet med varje lands inre lagstiftning. Myndigheterna är inte skyldiga verkställa beslag på transitogods. Om lagstiftningen i något land inte medger beslag vid införseln, skall sådant beslag ersättas med införselbud eller beslag inom landet. Om lagstiftningen i något land

inte medger vare sig beslag vid införseln eller införselförbud eller beslag inom landet, skall sådana åtgärder, till dess denna lagstiftning ändrats i enlighet härmed, ersättas med de rättsmedel, som det ifrågavarande landets lagstiftning i jämförliga fall tillförsäkrar landets egna medborgare.

Enligt artikel 10 1. är bestämmelserna i artikel 9 tillämpliga på alla varor, på vilka falskeligen finns såsom ursprungsbeteckning anbragt namnet å en bestämd ort eller ett bestämt land, då denna beteckning är fogad till en uppdiktad eller i bedräglig avsikt lånad firma.

I en av de svenska ombuden vid Lissabonkonferensen den 3 januari 1959 avgiven rapport sägs om artikel 10 1.

Denna artikel har hittills saknat större betydelse på grund av det uttryckliga förbehållet, att ingripande endast kan ske mot ursprungsbeteckning som fogats till en uppdiktad eller i bedräglig avsikt lånad firma. Detta förbehåll torde ha utgjort ett viktigt skäl för många stater, däribland Sverige, att ansluta sig till Madridöverenskommelsen. Det har sagts att särskilt de vinproducerande länderna skulle ha varit intresserade av att låta skyddet i artikel 10 förbli ofullständigt för att på så sätt göra allt flera stater intresserade av den mera långtgående Madridöverenskommelsen.

Till Lissabonkonferensen hade föreslagits att förbehållet i artikel 10 1. angående uppdiktad eller i bedräglig avsikt lånad firma skulle utgå samt dessutom att den oriktiga beteckningen även skulle kunna avse »producentens, fabrikantens eller handlandens identitet». Dessa ändringar accepterades av Lissabonkonferensen, låt vara att de nordiska delegaterna underströk att oriktig identitetsangivelse snarare borde inordnas under reglerna i artikel 10 bis om illojal konkurrens.

Enligt artikel 10 2., vilken punkt inte ändrats i Lissabon, skall såsom målsägande anses varje producent, fabrikant eller handlande, som sysselsätter sig med produktion eller tillverkning av eller handel med varor av ifrågavarande slag och som idkar rörelse antingen på den såsom ursprungs-ort falskeligen angivna orten eller i den trakt, där denna ort är belägen, eller i det falskeligen angivna landet eller i det land, där den oriktiga ursprungsbeteckningen används.

Sverige, som anslöt sig till Pariskonventionen 1885, är numera enligt beslut den 20 mars 1953 anslutet till Londontexten (SÖ 1953:24). Lissabontexten skulle ha ratificerats senast den 1 maj 1963, men anslutning kan ske även senare.

Även Danmark, Finland och Norge är anslutna till Pariskonventionen.

Madridöverenskommelsen

Madridöverenskommelsen 1891 angående undertryckande av oriktiga ursprungsbeteckningar å handelsvaror, reviderad senast i Haag 1925, i London 1934 och i Lissabon 1958, handlar uteslutande om geografiska ursprungsbeteckningar. Dess första artiklar lyder enligt Londontexten.

Artikel 1.

1. Varje vara, å vilken finnes anbragt en oriktig beteckning, varigenom ett av de länder, å vilka denna överenskommelse är tillämplig, eller en plats, belägen inom något av dessa, direkt eller indirekt angives såsom ursprungsland eller ursprungsort, skall tagas i beslag vid införsel till något av nämnda länder.

2. Beslag skall likaledes verkställas inom det land, där den oriktiga ursprungsbeteckningen anbragts, eller inom det land, till vilket den med den oriktiga beteckningen försedda varan blivit införd.

3. Om lagstiftningen i något land icke medger beslag vid införseln skall sådant beslag ersättas med införselbud.

4. Därest lagstiftningen i något land icke medger vare sig beslag vid införseln eller införselbud eller beslag inom landet, skola sådana åtgärder, till dess denna lagstiftning ändrats i enlighet härmed, ersättas med de rättsmedel, som det ifrågavarande landets lag i jämförliga fall tillförsäkrar landets egna medborgare.

5. I saknad av särskilda rättsmedel till undertryckande av oriktiga ursprungsbeteckningar skola de rättsmedel, som finnas givna genom motsvarande bestämmelser i lagarna om varumärken eller om firma, vinna tillämpning.

Artikel 2.

1. Beslag skall äga rum på föranstaltande av tullmyndighet, som har att omedelbart underrätta vederbörande, fysisk eller juridisk person, för att sätta honom i tillfälle att, om han så önskar, ordna det interimistiskt lagda beslaget. I varje fall skall allmän åklagare eller vilken som helst annan behörig myndighet kunna påyrka beslag, vare sig på begäran av någon målsägande eller ex officio. Sakens behandling skall då fortgå i vanlig ordning.

2. Myndigheterna skola icke vara skyldiga att verkställa beslag å transitogods.

Artikel 3.

Förevarande bestämmelser hindra ej, att säljaren angiver sitt namn eller sin adress å varor, som härstammar från ett annat land än det, inom vilket varorna försäljas; men skall i sådant fall adressen eller namnet åtföljas av en noggrann och med tydliga bokstäver anbragt uppgift om det land eller den plats, där varorna tillverkats eller frambragts, eller ock av annan uppgift, tillräcklig för att utesluta varje misstag i fråga om varornas verkliga ursprung.

Artikel 3 bis.

De länder, å vilka denna överenskommelse är tillämplig, förbinda sig likaledes att förbjuda användande, med avseende på försäljning, skyltning eller utbudande av varor, av alla beteckningar, som hava karaktären av ett offentliggörande och äro ägnade att vilseleda allmänheten angående varors ursprung, genom att låta dem förekomma å skyltar, annonser, räkningar, vinlistor, affärsbrev och -dokument eller andra affärsmeddelanden.

Artikel 4.

Domstolarna i varje land skola hava att bedöma, vilka beteckningar som på grund av sin generiska karaktär icke äro underkastade bestämmelserna i denna överenskommelse. Ursprungsbeteckningar för vinodlingsprodukter inbegripas dock ej i det uti denna artikel omförmälda undantaget.

De återstående artiklarna 5 och 6 behandlar anslutnings- och ratificeringsfrågor.

Revisionen i Lissabon 1958 har endast bestått däri, att man kompletterat oriktig och oriktiga med vilseledande (*»fausses indications de provenance»* i rubriken till originaltexten ersatt med *»indications de provenance fausses ou fallacieuses»*; motsvarande ändringar i artikel 1).

Sverige, som första gången anslöt sig till Madridöverenskommelsen från 1934, är numera enligt beslut den 20 mars 1953 anslutet till Londontexten (SÖ 1953: 25). Lissabontexten skulle ha ratificerats senast den 1 maj 1963, men anslutning kan ske även senare.

Danmark, Finland och Norge är inte anslutna till Madridöverenskommelsen.

18 § i 1913 års lag, 2 § i 1914 års lag samt 1953 års kungörelse

Ett ändamål med 1913 och 1914 års lagar, utöver de redan nämnda, var att möjliggöra Sveriges anslutning till Madridöverenskommelsen. I båda lagarna intogs därför särskilda bestämmelser om utländska ursprungsbeteckningar.

Enligt 1913 års lag äger Kungl Maj:t efter avtal med främmande stat och under förutsättning av reciprocitet förordna att 2—17 §§ i lagen med visst undantag skall äga tillämpning beträffande införsel i försäljningssyfte av vara försedd med oriktig ursprungsbeteckning, genom vilken varan direkt eller indirekt anges vara frambragt eller tillverkad i den främmande staten eller å någon inom denna belägen ort, om inte beteckningen är generisk eller åtföljs av beriktigande uppgift av beskaffenhet, som i förordnandet anges (18 § första stycket). Undantaget avser vinodlingsprodukter, i fråga om vilka i överenskommelsen må bestämmas att undantaget för generiska beteckningar ej skall gälla. I fråga om vissa beteckningar för vinodlingsprodukter kan jämväl stadgas att vara med oriktig ursprungsbeteckning inte får för försäljning införas, även om beteckningen neutraliserats (18 § tredje stycket). Beslag på vara med utlänsk ursprungsbeteckning skall endast äga rum efter angivelse eller om tullpersonalen finner uppenbart att oriktig ursprungsbeteckning föreligger. Innan beslagtagna vara får utbekommas av ägaren, skall den oriktiga beteckningen utplånas eller neutraliseras (18 § andra stycket).

Enligt 1914 års lag äger Kungl. Maj:t med avseende å främmande stat förordna, att vad i 1 § första och andra styckena stadgas skall äga motsvarande tillämpning i fråga om beteckning, genom vilken, direkt eller indirekt, vara från Sverige eller från annan främmande stat än den förordnandet avser, anges vara frambragt eller tillverkad i denna, eller vara från ifrågavarande stat anges vara frambragt eller tillverkad å annan inom denna belägen ort än den verkliga ursprungsorten, om inte beteckningen är generisk eller åtföljs av beriktigande uppgift av beskaffenhet, som i förordnandet anges (2 § första stycket). Angående beteckningar för vinodlingsprodukter, kan därvid föreskrivas, att om någon använder dylik beteck-

ning beträffande vara, som honom veterligen frambragts eller tillverkats i annan stat eller å annan ort än den, beteckningen anger, skall straffbarhet inträda, även om avsikt att vilseleda i fråga om varans ursprung inte föreligger eller beteckningen är generisk; straffbarhet skall dock inte inträda om beteckningen är neutraliserad. I fråga om vissa beteckningar för vinodlingsprodukter får dock bestämmas, att straffbarhet skall inträda även om beteckningen neutraliserats (2 § andra stycket).

Vid Sveriges första anslutning till Madridöverenskommelsen utfärdades 1933 en kungörelse angående skydd för vissa utländska ursprungsbeteckningar. I samband med anslutningen till Londontexten ersattes denna kungörelse av en kungörelse den 22 maj 1953 med samma rubrik.

I 1953 års kungörelse har Kungl. Maj:t med stöd av 18 § i 1913 års lag och 2 § i 1914 års lag utfärdat i dessa paragrafer avsett förordnande beträffande de stater som anslutit sig till Madridöverenskommelsen. Undantagna från ingripande är alltså beteckningar, som är generiska, och oriktiga ursprungsbeteckningar, som neutraliserats. Neutraliseringen skall bestå av en beriktigande uppgift som utmärker, i händelse varan inte frambragts eller tillverkats inom den angivna staten, det verkliga ursprungslandet och, därest varan frambragts eller tillverkats å annan ort inom ifrågavarande stat än den angivna, den verkliga ursprungsarten, eller ock av annan uppgift, tillräcklig för att utesluta varje misstag i fråga om varans verkliga ursprung (3 § första stycket). Om vinodlingsprodukter har stadgats, såvitt gäller 1913 års lag, att undantaget för generiska beteckningar inte skall gälla, och, såvitt gäller 1914 års lag, att straffbarhet skall inträda, ändå att avsikt att vilseleda i fråga om varans ursprung inte föreligger eller beteckningen är generisk, såvitt inte beteckningen neutraliserats på sätt kungörelsen fordrar (3 § andra stycket). Bemyndigandet att i fråga om vissa beteckningar för vinodlingsprodukter föreskriva, att dessa inte får införas (1913 års lag) resp. att straffbarhet skall inträda (1914 års lag), även om beteckningen neutraliserats, har Kungl. Maj:t inte utnyttjat.

Lissabonöverenskommelsen

Vad som i Sverige med ett gemensamt namn kallas ursprungsbeteckningar uppdelas i vissa länder i två företeelser nämligen »indications de provenance» eller »Herkunftsangaben», å ena sidan, samt »appellations d'origine» eller »Ursprungsbezeichnungen», å andra sidan. De förra beteckningarna avser en enkel hänvisning till geografiskt ursprung i allmänhet. Med de senare beteckningarna avses sådana geografiska beteckningar, som inte bara hänvisar till ett bestämt och noga avgränsat geografiskt ursprung för produkter utan också till särskilda, geografiskt betingade egenskaper hos dessa.

För »appellations d'origine» har, särskilt från vinproducerande länder, men även från länder som producerar exempelvis tobak och öl, krävts ett starkare skydd än det Madridöverenskommelsen i sin nuvarande utform-

ning ger. Försöken att revidera Madridöverenskommelsen i skärpande riktning har emellertid misslyckats. I stället slöts i Lissabon 1958 en särskild överenskommelse om skydd för »appellations d'origine» och deras internationella registrering. Med »appellations d'origine» menas enligt överenskommelsen »den geografiska beteckningen på ett land, en trakt eller en ort, vilken beteckning avser att utmärka en vara, som härstammar därifrån och vars kvalitet eller beskaffenhet beror uteslutande eller huvudsakligen av den geografiska miljön, däri inbegripet de naturliga och mänskliga faktorerna». Överenskommelsen bygger på internationell registrering av »appellations d'origine». Ansökningar om registrering delges övriga medlemsstater, som inom ett år kan protestera mot registreringen med möjlighet att påfordra, att den registrerade beteckningen inte skall skyddas i det protesterande landet. Efter vederbörligen avgiven protest kan också en övergångstid av två år medges för viss ursprungsbeteckning. Sedan väl registrering skett skall beteckningen inte kunna förklaras generisk så länge den skyddas i ursprungslandet.

Lissabonöverenskommelsen träder i kraft, när fem länder ratificerat den. Den 1 januari 1966 hade den ratificerats av fyra länder. Varken Sverige eller något av de övriga nordiska länderna har anslutit sig till Lissabonöverenskommelsen.

Stresakonventionen

I Stresa avslöts 1951 en internationell konvention för användningen av originalbeteckningar (appellations d'origine)¹ och benämningar på ost. Konventionen skiljer mellan originalbeteckningar, som reserveras för ostens ursprungsland, och benämningar, som får användas också för ost med samma egenskaper, tillverkad i annat konventionsland, under förutsättning att benämningen åtföljs av uppgift om tillverkningslandet i bokstäver av samma typ, storlek och färg som själva ostnamnet. Till originalbeteckningar har hänförts exempelvis roquefort och till benämningar exempelvis camembert, brie, emmental, gruyère, samsøe, danbo, herrgårds och svecia. För skydd förutsätts registrering, som beslutas av ett permanent råd av representanter för de fördragsslutande parterna. Ansökan om registrering delges övriga fördragsslutande parter, som på begäran kan få åtnjuta viss övergångstid för vidtagande av erforderliga åtgärder.

Anslutna till Stresakonventionen är åtta stater, däribland Danmark, Norge och Sverige.

Konventionen, som inte föranledde någon svensk lagstiftning, synes aldrig ha fått någon större betydelse och anses numera vara passerad av utvecklingen. (Se artikel av den svenske delegaten statskonsulent Erik Carlberg i Svensk Mejeritidning nr 9 1961.)

¹ Termen synes här vara använd i en något annan betydelse än i Lissabonöverenskommelsen.

EFTA

Enligt den 1960 upprättade europeiska frihandelssammanslutningen skall medlemsstaterna, bland dem Sverige, successivt sänka och slutligen helt avskaffa sina tullar och andra avgifter med motsvarande verkan på industri-varor, som importeras från annan stat inom frihandelsområdet, under förutsättning att varorna har sitt ursprung inom detta, s. k. områdesursprung. Kravet på områdesursprung föranleds därav, att varje enskild medlemsstat bibehåller sin individuella tullnivå gentemot tredje land. Genom kravet på områdesursprung förhindras, att tullarna i en medlemsstat med högre yttre tullnivå kringgås därigenom att varor transiteras genom annan medlemsstat med lägre tullar. För att lättnader i tullavseende skall få åtnjutas skall varorna uppfylla vissa förutsättningar i fråga om ursprung och försändning. Kontrollen att förutsättningarna är uppfyllda ankommer på tullmyndigheterna i resp. länder. Grundval för kontrollen erhålls genom på särskilda formulär avgivna skriftliga bevis — deklARATIONER, certifikat och kompletterande deklARATIONER — om ursprung och försändning.

I anslutning till dessa bestämmelser och till uppfyllande av förpliktelse i konventionen har den 27 april 1962 utfärdats en lag om straff i vissa fall för oriktig ursprungsdeklARATION m. m. Enligt denna lag straffas den som uppsåtligen eller av grov oaktsamhet lämnat oriktig uppgift i deklARATION, certifikat eller annan handling, som åberopas till bevis om varas ursprung eller försändning för ändamål som avses i konventionen. En förutsättning för straff är att uppgiften är ägnad att leda till frihet från eller för låg tull eller annan motsvarande avgift vid införsel av varan i annan stat än Sverige. Detsamma gäller om den som tillhandahållit den åberopade handlingen med vetskap om att den innehåller oriktig uppgift. Motsvarande förfarande beträffande vara som införs i Sverige straffas enligt varusmuggningslagen. Ändamålet med 1962 års lag och här ifrågavarande stadganden i varusmuggningslagen är således inte, som kan sägas vara fallet med 1913 och 1914 års lagar, att möjliggöra ingripande mot att allmänheten till förfång för konsumenter och näringsidkare vilseleds i fråga om varors geografiska ursprung. Syftet med de förstnämnda lagarna är att förhindra sådana oriktiga uppgifter till myndigheter, som kan vara ägnade att leda till felaktig beräkning av tull eller annan motsvarande avgift.

GATT

Sverige är sedan 1950 anslutet till det allmänna tull- och handelsavtalet (GATT). GATT-avtalet syftar bl. a. till att på basis av en i princip ovillkorlig mest-gynnad-nationsbehandling undanröja handelshinder av olika slag och innehåller för detta ändamål detaljerade föreskrifter om villkoren för användningen av handelspolitiska medel, såsom tullar och andra avgifter, kvantitativa restriktioner, subventioner m. m. Artikel IV i avtalet förbjuder med vissa undantag användningen av inre avgifter och regleringar

till skydd för inhemsk produktion. Artikel IX handlar om ursprungsbe-
teckningar och är av följande lydelse.

1. Med avseende å krav på ursprungsbe-teckning skall varje avtalsslutande part ifråga om produkter från andra avtalsslutande parter områden medgiva behand-
ling, vilken icke är mindre gynnsam än den som medgives i fråga om produkter av
samma slag från tredje land.

2. De avtalsslutande parterna erkänna att de svårigheter och olägenheter som
antagande eller upprätthållande av lagar och förordningar angående ursprungsbe-
teckningar kunna förorsaka ett exporterande lands handel och industri böra ned-
bringas till ett minimum under vederbörligt hänsynstagande till nödvändigheten
att skydda konsumenter mot bedrägliga eller missledande beteckningar.

3. Då så är möjligt ur administrativ synpunkt, böra de avtalsslutande parterna
tillåta att föreskrivna ursprungsbe-teckningar anbringas vid tiden för införseln.

4. De avtalsslutande parternas lagar och förordningar angående anbringande
av ursprungsbe-teckningar å importerade varor skola vara sådana, att de kunna
efterföljas utan att varorna allvarligt skadas eller deras värde avsevärt minskas
eller deras pris otillbörligt ökas.

5. Som allmän regel bör avtalsslutande part icke pålägga särskild tull eller
straffavgift för underlåtenhet att före införsel ställa sig till efterrättelse gällande
krav på ursprungsbe-teckning, för så vitt icke anbringandet av riktig beteckning
otillbörligt fördröjes eller oriktig beteckning anbringats eller föreskriven beteck-
ning avsiktligt utelämnats.

6. De avtalsslutande parterna skola samarbeta med varandra i syfte att förhindra
användningen av kommersiella beteckningar, varigenom missuppfattning kan upp-
stå om en varas verkliga ursprung till förfång för de särskiljande regionala och
geografiska beteckningar på varor från en avtalsslutande parts område, vilka äro
skyddade av lagstiftningen i detta land. Varje avtalsslutande part skall skänka fullt
och välvilligt beaktande åt de önskemål eller föreställningar, som må göras av annan
avtalsslutande part beträffande tillämpningen av åtagandet i föregående mening
rörande varubeteckningar, om vilka den erhållit underrättelse av den andra av-
talsslutande parten.

I fråga om ursprungsbe-teckningar har 1958 antagits en rekommendation
enligt vilken de anslutna staterna bl. a. borde omsorgsfullt granska gällande
lagar och regleringar i ändamål att så mycket som möjligt reducera antalet
fall, i vilka ursprungsbe-teckning erfordras och att begränsa kravet på
ursprungsbe-teckningar till fall, då sådana beteckningar är oundgängliga
för den slutlige köparens information.

Gällande rätt i vissa andra länder

Den *danska* lagen om otillbörlig konkurrens innehåller vissa bestämmelser
om ursprungsbe-teckningar. Sålunda stadgas att de allmänna straffbestäm-
melserna om vilseledande reklam inte gäller på beteckningar, som är ägnade
att bibringa en felaktig uppfattning om en varas ursprungsort i de fall när
ifrågavarande beteckning enligt allmän uppfattning eller enligt skick och
bruk i handeln övergått till att ange varans art och tillverknings sätt eller
liknande och inte ursprungsorten. (§ 3 första stycket.) Genom en särskild

lag av 1959 om vin och sprit har dock stadgats att geografiska beteckningar och originalbeteckningar samt beteckningar, som är förväxlingsbara med sådana, eller vari sådana ingår som led, endast får användas på »uomdanned» vin eller sprit och blott i den mån, som ursprungscertifikat för ifrågavarande vara berättigar därtill. Vidare finns en särskild kungörelse av 1955 om beteckningar på ost.

I lagen om otillbörlig konkurrens stadgas vidare att beteckningar, som består i angivelse av mynt, mått eller vikt, inte skall betraktas som angivelser av en varas ursprungsort samt att den omständigheten att till en varubeteckning använts ett annat språk än det lands, där varan är frambragt eller varifrån den införts, inte i och för sig skall medföra att beteckningen skall anses som oriktig utan att avgörandet även skall bero på beteckningens form och innehåll (§ 3 tredje stycket.) Slutligen stadgas att en beteckning, som i och för sig kan anses såsom en oriktig angivelse av en varas ursprungsort, inte skall anses som sådan, när det medelst ett tydligt och hållbart tillägg upplysts om varans verkliga ursprungsort (§ 3 fjärde stycket).

Samtliga dessa bestämmelser i den danska lagen om otillbörlig konkurrens föreslås nu upphäva och ersätta med den föreslagna allmänna bestämmelsen mot vilseledande reklam.

I den *finska* lagen mot illojal konkurrens nämns oriktig eller vilseledande uppgift om varas ursprung såsom exempel på sådan uppgift som kan föranleda ansvar för illojal reklam. Exemplet finns inte med i det nya förslaget till stadgande om vilseledande reklam.

I samband med antagandet av ny varumärkeslag i *Norge* 1961 upphävdes inte § 25 i den äldre varumärkeslagen, vilken paragraf angår oriktig eller vilseledande angivelse av varors ursprungsort. Kommittén för revision av lagstiftningen om otillbörlig konkurrens kommer emellertid att föreslå att paragrafen blir upphävd såsom onödig vid sidan av den föreslagna allmänna bestämmelsen mot vilseledande reklam.

Även i *Tyskland* behandlas oriktiga ursprungsbeteckningar i princip på samma sätt som oriktig reklam i allmänhet. Dessutom finns det särskilda lagar om ursprungsbeteckningar på skilda specialområden, såsom i fråga om vissa livsmedel och vin. (Se närmare *Beier: Der Schutz geographischer Herkunftangaben in Deutschland*, GRUR 1963 s. 169.) Därjämte finns en i anledning av Tysklands anslutning till Madridöverenskommelsen utfärdad särskild lag, som föreskriver beslag i tullen av varor med oriktig ursprungsbeteckning. I en kommentar till denna lag sägs att om ursprungsbeteckningen i fråga inte är vilseledande saknas anledning till ingripande (*Baumbach — Hefermehl: Wettbewerbs- und Warenzeichenrecht*, 8 uppl., s. 1011).

För *Frankrike* och *England* gäller mycket omfattande märkningsbestämmelser för importgods. *Förenta Staterna* fordrar i princip märkning av alla importvaror.

1913 och 1914 års lagar i tillämpningen

1913 års lag tillämpas ofta i praktiken. Varje år görs 125—150 beslag av varor med svensk ursprungsbezeichnung. Även beslag av varor med utländsk ursprungsbezeichnung med stöd av 1953 års kungörelse förekommer. Antalet sådana beslag uppgår till 5—6 årligen i genomsnitt.

Tillämpningen av 1913 års lag i generaltullstyrelsen och regeringsrätten under de första sexton åren av lagens giltighetstid har utförligt kartlagts av byråchefen i generaltullstyrelsen E. Linders i en lagkommentar med titeln Lag ang. oriktig ursprungsbezeichnung. De av Linders redovisade principerna för tillämpningen av 1913 års lag är fortfarande i allt väsentligt aktuella, även om givetvis under tiden därefter ytterligare prejudicerande avgöranden tillkommit.

Vissa uppgifter om praxis, särskilt beträffande straffavgiften, kan hämtas ur en av byrådirektören hos generaltullstyrelsen A. F. H. Alexandersson upprättad PM, vilken fogats som bilaga till betänkandet med förslag till lag om straff för varusmuggling (SOU 1959: 24). Här skall endast redovisas vissa huvuddrag i tillämpningen av 1913 års lag.

Såsom svensk ursprungsbezeichnung betraktas i praxis varje angivande på en vara eller dess försäljningsemballage av svensk näringsidkares namn eller firma, så snart inte bezeichnung neutraliserats med ordet »imp.» eller på annat sätt. Enligt praxis — som har uttryckligt stöd i lagens förarbeten — saknar det härvid betydelse om innehavaren av namnet eller firman här i riket idkar fabrikation eller endast handel. Tillägg såsom »generalagent», »representant» eller »ensamförsäljare för Sverige» har inte ansetts neutraliserande.

I fråga om varumärke, som inte samtidigt är firma eller del av firma, har förhållandet bedömts så att svensk producenters varumärke ansetts ha gett varan sken av att ha tillverkats i Sverige. Så är däremot ej fallet i fråga om svensk grossists varumärke.

Den omständigheten att varan tillverkats vid dotterföretag i utlandet till svensk producent har inte föranlett annan bedömning än beträffande andra utländska varor. Varor som producerats vid svenska företags fabriker i utlandet och där försetts med det svenska företags firma eller varumärke har beslagtagits enligt 1913 års lag. Invändning att varorna gjorts efter det svenska företags föreskrifter i fråga om kvalitet, passform, utförande etc. och haft exakt samma egenskaper som motsvarande i företags svenska fabrik tillverkade varor har lämnats utan avseende.

Varukännetecken, bestående av enbart initialer, har betraktats som svensk ursprungsbezeichnung om det tillhört detaljist, men inte om det tillhört grossist.

Bedömningen av vad som skall avses med vara, som införs till riket för försäljning, är i olika avseenden svår. Invändningar om att varan inte införts för att ensam för sig försäljas, att varan inte införts för försäljning

utan för att begagnas av importören själv, att varan införts för att användas som prov eller att varan införts för att utdelas som reklam har föranlett skiftande bedömningar, beroende på omständigheterna i varje enskilt fall. Vad beträffar halvfabrikat, avsett för fortsatt bearbetning, torde avgörande vikt fästas vid om halvfabrikatet representerat mer eller mindre än hälften av värdet av den färdiga produkten.

Så gott som alla beslag, som verkställs i tullen, avser svenska näringsidkares varukännetecken, som saknar vederbörlig neutralisering. Fall med direkt falsk ursprungsbeteckning, exempelvis fall då varor, helt producerade i utlandet, eller emballage kring sådana varor försetts med texten Svensk tillverkning, Made in Sweden e. dyl. är mycket sällsynta (jfr Alexanderssons ovannämnda PM s. 394).

Ett ärende angående tillämpning av 1913 års lag må omnämnas mera utförligt eftersom det föranlett en motion till 1960 års vårriksdag (II: 398). Förhållandena var följande.

I Uppsala utges en vetenskaplig publikation »Acta Oto Laryngologica», som utgör en skandinavisk tidskrift för öron-, näs- och halsläkare. I anslutning till en kongress i Köpenhamn trycktes där vissa handlingar, som skulle ingå som ett supplement i publikationens supplementserie. Ett omslag, angivande bokens karaktär av supplement, trycktes i Uppsala och sändes till Köpenhamn, där bokbinderiarbetet utfördes. På titelbladets andra sida fanns angivet namnet på det tryckeri i Köpenhamn där boken tryckts samt den danska tryckorten. På omslagets baksida stod »Printed in Sweden Almqvist & Wiksells Boktryckeri Aktiebolag, Uppsala 1958». Från Köpenhamn sändes publikationen i 1 400 exemplar till utgivningsorten Uppsala, varifrån distributionen skulle ske. Böckerna togs i beslag i tullen och beslaget fastställdes i sista hand av regeringsrätten. Tre månader efter beslaget hade emellertid varan utlämnats, sedan beteckningen på omslaget blivit på föreskrivet sätt oskadliggjord och varuägaren deponerat ett belopp såsom säkerhet för straffavgiften.

Motionärerna hemställde att riksdagen måtte hos Kungl. Maj:t begära förslag om sådan ändring av 1913 års lag, att tryckta skrifter undantogs därifrån. På förslag av andra lagutskottet (L²U 53) hemställde riksdagen att motionen måtte överlämnas till utredningen om illojal konkurrens. Kungl. Maj:t förordnade den 25 november 1960 i enlighet med riksdagens hemställan.

I motsats till 1913 års lag tillämpas, såvitt utredningen kunnat finna, 1914 års lag ytterst sällan. Inget mål berörande svenska ursprungsbeteckningar är känt för utredningen. Däremot har åtminstone ett par åtal berörande utländska ursprungsbeteckningar prövats av svensk domstol.

Två personer åtalades i skilda mål för att de under firma Spansk-Franska vin-agenturen resp. Svensk-Franska vinagenturen till allmänheten sålt druvmassa för

vinstillverkning, vilken malts av vakuomtorkade vindruvor som de visste importeras från Cypern. Gentemot båda anfördes dessutom att de åberopat prospekt, vari bland annat talades om »de vinproducerande länderna». I det ena fallet fann rådhusrätten att den åtalade genom att använda firman Spansk-Franska vinagenturen och genom att åberopa prospektet givit sken av att druvmassan frambragts i Spanien eller Frankrike. Den åtalades invändning att han saknat avsikt att vilseleda ogillades, eftersom fråga var om vinodlingsprodukt. Rådhusrätten fann därför åtalet styrkt och dömde vederbörande jämlikt 1 och 2 §§ 1914 års lag jämförda med 1953 års kungörelse för saluhållande av vara, försedd med oriktig ursprungsbeteckning, till dagsböter. I det andra fallet, däremot, fann rådhusrätten inte att den åtalade, då han sålt ifrågavarande malda vakuomtorkade vindruvor, genom att använda firman Svensk-Franska vinagenturen och genom att åberopa prospektet angivit Frankrike såsom druvornas ursprungsland. Det andra åtalet ogillades därför. (Stockholms rådhusrätt, 23 avd., DB II: 150 och 164/1959.)

Att utländska varor importeras omärkta och här i riket förses med exempelvis svenskt namn, svensk firma eller svenskt varumärke har alltså inte — med såvitt känt är endast ovan angivna undantag — föranlett något rättsligt ingripande. Den viktigaste anledningen härtill torde vara att ett sådant förfarande normalt inte sker i avsikt att vilseleda om varans ursprung, en förutsättning som måste vara uppfylld i fråga om alla andra varor än vinodlingsprodukter. Om någon gång avsikt att vilseleda om varans ursprung skulle föreligga, torde svårigheterna att styrka detta som regel vara oöverstigliga.

Tulltaxeringsförfarandets omläggning

Av största betydelse för tillämpningen av 1913 års lag är möjligheterna att vid tullbehandlingen uppmärksamma oriktiga ursprungsbeteckningar. I detta avseende är situationen nu en helt annan än den var under de närmaste årtiondena efter 1913.

Fram till andra världskriget tillämpades vid tulltaxeringen strikt det s. k. officialsystemet. Detta innebar bland annat att i princip allt importgods undersöktes. Manufakturerade varor fördes ofta in i en särskild upppackningslokal, packades upp och vägdes i sin helhet. Under ett sådant förfarande erbjöd det inte några svårigheter att iaktta och bedöma på varor och försäljningsförpackningar anbragta ursprungsbeteckningar.

Importens ständigt växande omfattning i förening med trafikens ökade krav på snabb behandling gjorde det emellertid svårt att tillämpa en så omständlig och tidsödande procedur. I överensstämmelse med den allmänna strävan att förenkla tullproceduren har utvecklingen efter kriget därför gått därhän att tulltaxeringen i allt högre grad baseras på fakturor och andra handlingar. Förfarandet brukar betecknas »avancerad tulltaxering». Vid detta förfarande iakttas över huvud taget inte några ursprungsbeteckningar. Möjligen kan dokumenten någon enstaka gång ge misstanke om

förefintligheten av oriktiga ursprungsbeteckningar och föranleda okulärbesiktning av varorna.

Efter omfattande utredningar, innefattande bl. a. studier i Storbritannien, Belgien och Nederländerna av där tillämpade tulldeklarationssystem, föreslog generaltullstyrelsen 1964 i skrivelse till Kungl. Maj:t att man vid tulltaxering av importgods skulle övergå till deklarationssystem. Detta innebär att tullbehandlingen i första hand grundas på uppgifter av importören och att undersökning av godset endast sker stickprovvis eller då anledning därtill förekommer. Vid remissbehandling framkom delade meningar om förslaget. Det avstyrktes av flertalet näringsorganisationer. Avstyrkandena berodde främst på att deklarationsförfarandet var avsett att bli obligatoriskt. På förslag av generaltullstyrelsen har därför 1966 införts ett fakultativt deklarationssystem.

Under officialsystemet undersöktes som nämnts i princip varje varuparti. Enligt uppgift från tullverket blir för närvarande uppskattningsvis ungefär 50 % av antalet varusändningar föremål för godsundersökning, en siffra som dock företer mycket stora variationer beroende på i vilken grad avancerad tulltaxering tillämpas. Skulle obligatoriskt deklarationssystem införas, beräknades omkring 15 % av varusändningarna behöva underkastas godskontroll, varav 5 % efter slumpmässigt urval och 10 % av föreliggande särskild anledning.

Sedan nu ett fakultativt deklarationssystem införts, torde det vara realistiskt att räkna med att okulärbesiktning av gods i allt mindre utsträckning kommer att företas vid tullbehandlingen. De rent tekniska möjligheterna att genomföra sådan kontroll, som 1913 års lag förutsätter, var alltså intill andra världskriget goda, är nu starkt beskurna och torde i framtiden bli mindre.

Deklarationssystem tillämpas numera i många länder, även sådana som är anslutna till Madridöverenskommelsen. Överenskommelsens föreskrifter torde därför på många håll inte följas strikt. Det må dock anmärkas att förutsättningarna för införselkontroll torde vara helt annorlunda i de länder, där märkningsplikt för importgods föreligger.

Kritik av 1913 och 1914 års lagar

Mot 1913 och 1914 års lagar har i olika sammanhang och i skilda avseenden anmärkningar riktats. Bland annat hemställde Skånes Handelskammare 1953 om viss ändring av bestämmelserna om straffavgift i 1913 års lag. Vid remissbehandling av denna framställning påpekades av Sveriges Grossistförbund att även flera andra av lagens regler ledde till obilliga konsekvenser för importörerna. Handelskammarens framställning överlämnades till den utredningsman, som erhållit uppdrag att revidera varu-

smugglingslagstiftningen. Med anledning härav upprättades av utredningens expert, byrådirektören Alexandersson, den tidigare omnämnda, vid varusmugglingsbetänkandet (SOU 1959: 24) såsom bil. 1 fogade promemorian. Promemorian innehöll en ingående kritisk granskning av de svenska lagarna om ursprungsbeteckningar. Vidare ifrågasattes om inte 1913 års lag skulle kunna ersättas av en importförbuds författning. I promemorian gjordes emellertid inte något annat konkret förslag än att straffavgiften i 1913 års lag skulle borttas. Till detta förslag anslöt sig utredningsmannen beträffande varusmuggling. Förslaget, som vid remissbehandlingen tillstyrktes av generaltullstyrelsen, tullkammaren i Trelleborg, tulldirektionerna i Stockholm och Malmö, tullfiskalen i Stockholm, Stockholms Handelskammare samt Hovrätten över Skåne och Blekinge, föranledde dock inte någon annan Kungl. Maj:ts åtgärd än att promemorian jämte däröver avgivna yttranden enligt beslut den 25 mars 1960 överlämnades till dåvarande varumärkes- och firmautredningen för att tas i övervägande vid fullgörandet av utredningsuppdraget.

I sitt yttrande över propositionen med förslag till lag om straff för varusmuggling och i anledning därav föreslagna ändringar i 1913 års lag, vilka var föranledda av tullfiskalstjänsternas avveckling, framhöll lagrådet att 1913 års lag var i behov av saklig omarbetning men att någon sådan inte föreslogs då utan torde komma att ske i samband med den pågående omarbetningen av varumärkes- och firmalagstiftningen (prop 1960: 115 s. 158).

Vid remissbehandlingen av varusmugglingsbetänkandet uttalade generaltullstyrelsen, att lagstiftningen till skydd mot illojal användning av ursprungsbeteckningar på handelsvaror inte var tillfredsställande och att en allmän översyn av denna lagstiftning därför var påkallad. I yttrande över den tidigare omnämnda motionen om tryckta skrifers undantagande från 1913 års lag hänvisade styrelsen till vad styrelsen uttalat om lagen vid remissen av varusmugglingsbetänkandet och föreslog att det i motionen väckta förslaget skulle göras till föremål för utredning vid översynen av 1913 års lag.

Utredningen

Enligt utredningens mening är de nuvarande förhållandena på detta område inte tillfredsställande.

Det råder en anmärkningsvärd brist på överensstämmelse mellan formen för ingripande mot oriktiga ursprungsbeteckningar på importstadiet och inom landet. Vid importen tas varan i beslag, inom landet kan beslag i princip inte förekomma. Beslaget vid importen är oberoende av om varuägaren haft kännedom om beteckningen; för att undgå straffavgift måste han till och med visa, att varan mot hans förbud blivit obehörigen märkt.

För åtgärder inom landet krävs däremot att det visas att den som anbringat beteckningen eller saluhållit varan handlat i avsikt att vilseleda om varans ursprung. Påföljden enligt 1913 års lag, om importbeslaget befinns lagligen grundat, är att beteckningen på varuägarens bekostnad utplånas eller neutraliseras eller att varan förklaras förbruten samt att varuägaren förpliktas erlagga en schematiskt bestämd straffavgift. Påföljden enligt 1914 års lag är straff, varjämte den skyldige kan förpliktas betala skadestånd till konkurrenter. Ingripandet vid importen görs av administrativ myndighet med regeringsrätten som högsta instans. Förfaranden inom landet faller under de allmänna domstolarnas bedömande.

Den bristande kongruensen mellan 1913 och 1914 års lagar framträder med särskild skärpa i belysning av den praxis, enligt vilken svenskt varukännetecken på importvara i regel skall anses som en oriktig ursprungsbeteckning. Denna praxis, som har uttryckligt stöd i förarbetena, synes vara grundad på en tidigare rådande föreställning, att utomlands tillverkade varor, försedda med svenskt varukännetecken, normalt var av lägre kvalitet än varor tillverkade i Sverige. Att det skulle föreligga ett helt legitimt intresse för svenska företagare att låta tillverka eller köpa färdigvaror i utlandet och importera dem till Sverige för försäljning under det svenska företagets kännetecken på den svenska marknaden, synes lagstiftaren knappast ha föreställt sig. På ett par ställen i förarbetena (1911 års betänkande s. 50 och 56) betecknas det nämligen såsom mycket sällsynt att ett svenskt företag — underförstått utan bedrägliga avsikter — importerar varor försedda med svenskt varumärke eller med svenskt namn och svensk adress. Den situationen att svenska företag förlägger sin produktion av varor bland annat för den svenska marknaden vid dotterföretag i utlandet synes över huvud taget inte ha föresvävat lagstiftaren. Nuvarande praxis synes alltså bottna i föreställningar, som är helt otidsenliga.

Då det gäller 1914 års lag däremot, räknade lagstiftaren med såsom ett helt normalt och lojalt förfarande att en grossist eller detaljist försåg varor som tillverkats på annan ort med sitt varumärke eller sin firma. Detta sammanhänge med att enligt patentlagstiftningskommitténs förslag lagen angående förbud mot varors förseende med oriktig ursprungsbeteckning och saluhållande av oriktigt märkta varor skulle vara tillämplig inte bara på utländska utan också på svenska varor. Att ett svenskt företag lät tillverka eller köpte varor annorstädes i Sverige och försåg dem med sitt eget varumärke eller sin egen firma ville man inte förhindra. Därför infördes den förutsättningen för straffbarhet att förfarandet skedde i avsikt att vilseleda om varans ursprung. Denna subjektiva förutsättning kom att kvarstå, oaktat 1 § i 1914 års lag i dess slutliga utformning endast avsåg utländska varor, saluförda i Sverige. Och därmed har den situationen uppkommit att ingripande i princip sker mot import av varor med icke neutraliserade svenska kännetecken, men att hinder inte möter mot att

importera omärkta varor och här i riket förse dem med svenskt kännetecken.

Utöver denna bristande överensstämmelse mellan lagarna är det även vissa särdrag i 1913 års lag som ter sig anmärkningsvärda.

Särskilt gäller detta förutsättningarna för utdömande av straffavgift. Av det som drabbar varuägaren enligt 1913 års lag är det straffavgiften, som mest påminner om den allmänna brottspåföljden böter, närmast normerade böter. Så mycket mer stötande är det då att man just i fråga om straffavgiften tillämpar omvänd bevisbörda. Att en person för att undgå en form av straffpåföljd skall styrka, att ett visst såsom oriktigt ansett förfarande skett mot hans instruktioner, strider mot vedertagna straffrättsliga principer. Att prövningen av i detta sammanhang förebragt bevisning sker i rent skriftliga former är vidare inte förenligt med moderna processrättsliga principer.

Beslagsförfarandet enligt 1913 års lag är komplicerat och tungrott. Vidare föreligger enligt 1913 års lag förbud mot reexport av oriktigt märkta varor. Motiveringen härför förefaller inte övertygande. I och för sig synes syftet med 1913 års lag ha kunnat vinnas på ett smidigare sätt med en importförbudsförfattning.

En tungt vägande invändning mot 1913 års lag — och den invändningen är lika giltig mot en importförbudsförfattning, som inte är knuten till bestämda varuslag — är att det moderna tulltaxeringsförfarandet inte möjliggör en konsekvent tillämpning av lagen. Redan nu kan minst hälften av alla såsom oriktiga ansedda ursprungsbezeichnungar passera obeaktade genom tullen. Detta har bl. a. lett till att det ofta inträffar att en varuimport, som länge pågått opåtalad, plötsligt drabbas av beslag. Man torde kunna räkna med att i framtiden väsentligt mindre än hälften av alla varusändningar kommer att okulärbesiktigas. Den ojämnhet i tillämpningen av 1913 års lag som redan nu föreligger kommer därför undan för undan att bli allt mer markant.

Utredningen anser därför en revision av gällande ordning nödvändig.

Till att börja med måste då övervägas vilka förpliktelser, som vårt lands anslutning till *internationella konventioner* beträffande geografiska ursprungsbezeichnungar medför.

Sverige är, liksom Danmark, Finland och Norge, anslutet till Pariskonventionen. Dess bestämmelser om beslag eller införsel förbud på varor med falsk ursprungsbezeichnung har, såsom tidigare nämnts, fram till Lissabonkonferensen saknat egentlig betydelse redan av det skälet att förutsättningen för ingripande varit att ursprungsbezeichnungens varit fogad till en uppdiktad eller i bedräglig avsikt lånad firma. Enligt Lissabontexten krävs inte längre att denna förutsättning är för handen. Emellertid är artikel 10 i Pariskonventionen endast att uppfatta som en rekommendation till de anslutna sta-

terna, inte som ett påbud att genomföra i artikeln avsedd reglering (se *Ladas: International Protection of Industrial Property, Cambridge, Mass., USA, 1930 s. 665*). Varumärkes- och firmautredningen framhåller också att artikel 9 i konventionen, till vilken artikel 10 hänvisar, inte anses göra beslag eller importförbud obligatoriskt samt att åtskilliga länder, bland dem Sverige, Danmark och Norge, saknar bestämmelser om sådana åtgärder (SOU 1958: 10 s. 241 not 1).

Med Sveriges anslutning till Pariskonventionen följer enligt utredningens mening inte något krav på bibehållande av 1913 och 1914 års lagar eller 1953 års kungörelse. Det av utredningen föreslagna stadgandet mot vilseledande reklam m. m. ger möjlighet till ingripande mot relevanta oriktiga geografiska ursprungs-beteckningar och några särbestämmelser därutöver erfordras inte. Denna ståndpunkt överensstämmer med den som intagits av de övriga nordiska kommittéerna. Den står också i samklang med motsvarande ståndpunktstagande av varumärkes- och firmautredningen, såvitt gäller varumärken.

Madridöverenskommelsen, som Sverige men inte de övriga nordiska länderna är anslutet till, innehåller, sedan Pariskonventionens artikel 10 ändrats i Lissabon, i fråga om sanktioner intet annat än Pariskonventionen. Madridöverenskommelsen synes vara att uppfatta så att det är tillräckligt att de anslutna staterna ger möjlighet till åtminstone något av de i första hand i artikel 1 angivna ingripandena. Man synes alltså kunna välja mellan beslag vid införseln, importförbud och beslag inom landet (jfr *Ladas a. a. s. 678*).

Inte heller anslutningen till Madridöverenskommelsen medför enligt utredningens mening någon förpliktelse att bibehålla 1913 och 1914 års lagar eller 1953 års kungörelse. Men utredningens förslag till stadganden mot vilseledande reklam m. m. och de därtill anknutna sanktionerna förbud, straff och skadestånd kan inte anses helt tillfyllest. Möjlighet bör beredas att ta i beslag varor, som är försedda med oriktiga geografiska ursprungs-beteckningar. Bland annat av detta skäl har utredningen i sitt lagförslag intagit vissa föreskrifter om beslag.

Då utredningen härefter övergår till en *rättspolitisk bedömning* av geografiska ursprungs-beteckningar vill utredningen först anmärka, att av förarbetena till 1913 och 1914 års lagar samt 1919 års IKL framgår att motive-ringen för 1913 och 1914 års lagar delvis var av näringspolitisk art. Särskilt tydligt framgår detta av uttalandena i 1913 och 1915 års betänkanden att man ville understödja strävandena att befordra omsättningen av svenska varor och på så sätt gynna svensk industri. I enlighet med sin inledningsvis deklarerade uppfattning anser sig utredningen i princip inte böra lägga näringspolitiska överväganden till grund för sitt lagrevisionsarbete. I detta sammanhang vill utredningen dock anmärka att de citerade uttalandena

inte står i överensstämmelse med de strävanden efter effektivt resursutnyttjande och liberalisering av världshandeln, som i våra dagar är vägledande för svensk handelspolitik.

För många varuslag ger det geografiska ursprunget numera i långt mindre utsträckning än tidigare någon anvisning om varans kvalitet och ändamålsenlighet. Den tekniska utvecklingen har medfört att varor med exakt samma egenskaper kan tillverkas på olika, geografiskt vitt skilda orter. Massproducerade konsumtionsvaror kan i många fall ge alldeles samma behovstillfredsställelse, oavsett var i världen de tillverkats. För ett ständigt större antal varor är det till följd av den ökande integrationen av produktionen numera mycket svårt att fastställa ett bestämt geografiskt ursprung, eftersom de är sammansatta av komponenter från olika geografiska distrikt och kanske också bearbetade på många orter. I fråga om vissa varuslag, exempelvis vin, ost, frukt, grönsaker och möjligen öl, kan dock jordmån, klimat och liknande geografiskt betingade faktorer fortfarande ha betydelse.

Bedömningen av om geografiska ursprungsbezeichnungar är vederhäftiga eller inte är ofta mycket svår. Enligt utredningens mening är de allmänna domstolarna genom sin organisation och sina arbetsformer mer lämpade än administrativ myndighet att göra denna prövning. Geografiska ursprungsbezeichnungar, som inte bör lämnas opåtalda, är sådana som är oriktiga eller vilseledande och som är ägnade att påverka allmänhetens benägenhet att köpa varor eller i övrigt vidta kommersiella dispositioner. En förutsättning för ingripande mot en geografisk ursprungsbezeichnung bör följaktligen vara, att det land eller den ort som felaktigt anges som ursprungsland eller ursprungsort åtminstone i någon mån är känd för produktion av ifrågavarande vara eller att kundkretsen eljest av en eller annan anledning kan tänkas vara mer benägen att förvärva produkten till följd av den åsatta beteckningen. Däremot finner utredningen inte erforderligt eller ens lämpligt att ge möjlighet till ingripande mot helt irrelevanta ursprungsbezeichnungar. Ett exempel på en sådan irrelevant ursprungsbezeichnung är den tryckortsbezeichnung på en vetenskaplig publikation, som uppmärksammades i en motion till 1960 års riksdag.

Enligt utredningens förslag till stadgande mot vilseledande reklam m. m. kan rättsligt ingripande ske mot oriktiga eller vilseledande framställningar, som är ägnade att påverka efterfrågan på eller utbudet av vara, tjänst eller annan nyttighet. Utredningen anser att detta stadgande är väl ägnat att bilda underlag för bedömningen av sådana framställningar som utgörs av geografiska ursprungsbezeichnungar. I förslaget ges föreskrifter om möjlighet att tvångsvis utplåna eller ändra oriktiga beteckningar och i anslutning därtill ta varor i beslag. Genomförs utredningens förslag till lag om otillbörlig konkurrens i dessa delar föreligger enligt utredningens mening inte längre behov av 1913 och 1914 års lagar och 1953 års kungörelse. Utredningen föreslår därför att dessa författningar upphävs.

Med denna lösning vinner man åtskilliga fördelar. Man undanröjer den nuvarande principiellt och praktiskt otillfredsställande ordningen att geografiska ursprungs-beteckningar på importstadiet behandlas av administrativ myndighet och inom landet av domstol med olika sanktioner för de skilda fallen. Man avskaffar den på goda grunder särskilt hårt kritiserade straffavgiften. Man lägger grunden för en tidsenlig och enhetlig bedömning av geografiska ursprungs-beteckningar utifrån de synpunkter, som bör vara avgörande, nämligen om beteckningen är på ett relevant sätt vilseledande för allmänheten eller ej. Och man får ett enhetligt sanktionssystem.

Ursprungs-beteckningar på vinodlingsprodukter intar i 1953 år kungörelse en särställning på det sättet att dessa beteckningar inte får betraktas som generiska. Med hänsyn till att distributionen av vinodlingsprodukter i vårt land handhas och kontrolleras av statliga företag och organ och dessa strikt följer våra internationella förpliktelser i fråga om ursprungs-beteckningar — och kan förväntas göra så även i framtiden — anser utredningen att någon författningsbestämmelse om beteckningar på vinodlingsprodukter inte behövs.

I fråga om tillämpningen av stadgandet mot oriktig eller vilseledande framställning på geografiska ursprungs-beteckningar vill utredningen anföra följande.

Ett direkt, positivt angivande av ursprungsland eller ursprungsort, såsom »Svensk tillverkning», »Prodotto Italiano», »Made in England», »Fabrication Française» etc. kan vara svårt att bedöma om i varan ingår komponenter från olika länder. Svårigheten kan öka om produkten bearbetats i två eller flera länder innan den förts ut på marknaden. I sådana fall torde man få göra en samlad bedömning av råvarornas resp. bearbetningens betydelse för varans slutliga marknadsvärde och som ursprungsland betrakta det land som ur denna synvinkel ter sig som det mest betydelsefulla.

Om den använda ursprungs-beteckningen befunnits oriktig eller vilseledande återstår att bedöma om denna bristande vederhäftighet kan antas vara ägnad att påverka handlingsbenägenheten hos den som tar del av den. Normerna för prövningen härav bör vara desamma som för oriktiga eller vilseledande framställningar i allmänhet. Härom hänvisas till motiven till förslaget till stadgande om oriktiga eller vilseledande framställningar.

Enligt utredningens uppfattning torde numera varukännetecken, alltså namn, firma eller varumärke, anbragt på en vara eller dess förpackning, normalt inte anses ge anvisning om varans geografiska ursprung. Detta gäller oavsett om varan är framställd eller tillverkad i Sverige eller i utlandet. Däremot har givetvis varukännetecknet stor betydelse såsom upplysning om varans kommersiella ursprung.

Utredningen förmenar alltså att det i regel inte ligger något oriktigt i att ett företag, oavsett om det är fråga om fabrikant, grossist eller detaljist, sätter

sitt varukännetecken på varor, som det låtit tillverka på annan ort eller i annat land än där företaget är beläget. Företagets avsikt härmed måste normalt antas vara att upplysa om vem som tillhandahåller varan. På det sättet torde varukännetecknet också regelmässigt uppfattas såväl inom näringslivet som bland konsumenter. Detta synsätt överensstämmer med det som ligger till grund för varumärkeslagen.

Text på visst språk på varas förpackning torde normalt inte vilseleda om varans geografiska ursprung. För vissa varuslag är vissa språk tämligen allmänt vedertagna, oavsett ursprungslandet, t. ex. engelska på cigarrett- och tobaksförpackningar eller franska på parfym. Även på andra varuförpackningar används ofta ett världsspråk när man önskar enhetlig förpackning på hemmamarknad och exportmarknad. Men i vissa fall kan situationen möjligen vara sådan att ett visst språk, särskilt om det förekommer i för- ening med avbildningar och färger som anknyter till samma land som språket, vilseleder om varans ursprung. Enbart avbildningar av motiv från ett bestämt land torde bara i undantagsfall vilseleda i fråga om varans ursprung.

Fantasinamn på varor, t. ex. »Montblanc» för reservoarpennor eller »Arabia» för finskt porslin, torde normalt inte ge någon anvisning om varans geografiska ursprung.

Ett problem utgör sådana varubenämningar, som ursprungligen varit geografiska ursprungs-beteckningar, men som påstås ha övergått till att bli artbeteckningar, generiska beteckningar. I vissa fall har den ursprungliga ortsanknytningen gått så helt förlorad att man inte längre tänker på den. Det gäller exempelvis benämningar som satin, pergament, keramik eller korinter. Andra exempel är eau-de-cologne, portlandcement, franskbröd, falukorv, karlsbaderpiller och vichyvatten. Såsom hänvisande till det geografiska ursprunget torde däremot uppfattas exempelvis beteckningar som vadstenaspetsar, malungsskinnjacka, möjajordgubbar, limfjordsostron och skotsk whisky.

Många gånger kan det vara svårt att avgöra om en benämning är en äkta geografisk ursprungs-beteckning eller en generisk beteckning. Presumtionen bör vara för att en geografisk beteckning, som inte endast är en del av ett varukännetecken och därför normalt blott anger varans kommersiella ursprung och som inte allmänt uppfattas som ett fantasinamn, betraktas som en äkta geografisk ursprungs-beteckning. En sådan beteckning på vara, som inte har sitt ursprung i orten eller landet i fråga, torde följaktligen få anses oriktig eller vilseledande. Kan den därjämte antas vara ägnad att påverka konsumenternas benägenhet att efterfråga varan bör alltså inskridande med stöd av den av utredningen föreslagna lagen om otillbörlig konkurrens kunna ske.

En geografisk ursprungs-beteckning kan, i motsats till vad som i regel är förhållandet med varumärken och andra varukännetecken, neutraliseras genom ett tillägg, som anger att produkten är framställd annorstädes än

ursprungsbeteckningen synes ge vid handen. Ett sätt att neutralisera är att ange den verkliga tillverkningsorten. Så snart det gäller beteckningar, som anger svenskt ursprung, bör »import» eller »imp.» vara tillräckligt som neutralisering. För all neutralisering gäller givetvis den förutsättningen att den inte är så undanskynt placerad, att den bara med svårighet kan upptäckas. Över huvud taget torde böra krävas att varje neutralisering av en i och för sig oriktig eller vilseledande ursprungsbeteckning är tydlig och inte lämnar rum för någon tvekan.

KAPITEL IX

PÅFÖLJDEN M.M.

Förbud, straff och skadestånd

Gällande svensk rätt

IKL är konstruerad såsom en specialstraffrättslig lag, och påföljden för överträdelse av de skilda stadgandena är följaktligen enligt allmänna svenska principer enbart straff. Dessutom anges i varje stadgande, som beskriver ett brottsligt förfarande, att den som döms till ansvar också skall ersätta uppkommen skada.

Straffsätserna varierar i de olika paragraferna.

Straffet för illojal reklam (1 §) är dagsböter eller, där omständigheterna är synnerligen försvarande, fängelse i högst ett år. Utredningen känner inte till något fall, då det dömts till frihetsstraff för överträdelse av enbart 1 § IKL.

Gärningsbeskrivningen i utredningens förslag till stadgande mot vilseledande reklam omfattar också visst oredligt förfarande i utövning av yrke eller näring. Motsvarande stadgande finns nu i 9 kap. 8 § andra punkten BrB. Straffet i 9 kap. 8 § BrB är böter eller fängelse i högst två år.

Straffet för obehörigt lämnande eller erbjudande av gåva eller liknande förmån (2 §) är dagsböter. 2 § IKL torde, som tidigare framhållits, inte tillämpas numera.

Straffet för obehörigt användande eller yppande av yrkeshemligheter och för obehörigt användande eller delgivande av teknisk förebild (3 och 5 §§) är dagsböter eller fängelse i högst ett år. Frihetsstraff torde vara sällsynt, men några fall, då denna påföljd ådömts, är dock kända från 1930-talet (NJA 1939 s. 36, 1935 B 21 och 1936 s. 75).

Straffet för bestickning och tagande av muta i näringsverksamhet (6 och 7 §§) är dagsböter eller fängelse i högst ett år. Stadgandena tillämpas, såsom tidigare redovisats, mycket sällan. I de två för utredningen kända fallen då det skett, har straffet varit dagsböter i det ena fallet och frihetsstraff och dagsböter i det andra (Göteborgs rådhusrätt, 5 avd., DB 111/1956 och 6 avd., DB 50/1959). I 7 § stadgas att emottagen muta eller dess värde skall tillfalla kronan.

Det sista materiella stadgandet i IKL, 9 § om illojal användning av kännetecken, har mist praktiskt taget all betydelse sedan den nya varumärkes-

lagen genomfördes och kommer enligt vad utredningen erfarit att inom kort föreslås helt upphävd. Paragrafen saknar motsvarighet i utredningens förslag till lag om otillbörlig konkurrens. Anledning saknas därför att redovisa påföljd, taleregler o. dyl. i denna paragraf.

Om *de subjektiva förutsättningarna* för ådömande av ansvar enligt 1 och 2 §§ IKL finns inga närmare föreskrifter i lagen. Dock stadgas i 1 § att ansvar skall ådömas endast då gärningsmannen haft eller bort ha vetskap om den lämnade uppgiftens oriktighet. För ansvar enligt 3 och 5 §§ förutsätts att gärningsmannen handlat i avsikt att bereda sig eller annan fördel eller att göra skada. För att ansvar enligt 6 och 7 §§ skall komma i fråga skall gärningsmannen ha handlat i en bestämd, i paragraferna närmare angiven avsikt.

Skadeståndssanktionen är i IKL på det sättet knuten till straffsanktionen att alla objektiva och subjektiva rekvisit för straff i princip måste vara uppfyllda för att skadestånd skall kunna komma i fråga. Talan om straff behöver dock inte föras för att skadestånd skall kunna utdömas.

Skada, som kan ersättas med stöd av 1 och 2 §§, är sådan som förorsakats andra näringsidkare. Konsumenter, som lidit skada av illojal reklam, har att åberopa annan grund för yrkande om ersättning, exempelvis tillämpligt stadgande i BrB:s bedrägerikapitel. Jämlikt 3 och 5 §§ kan skadestånd utdömas till den, vars yrkeshemlighet eller tekniska förebild missbrukats. Skadeståndsberättigade enligt 6 och 7 §§ är andra näringsidkare och, med viss begränsning, den anställdes arbetsgivare.

Gällande rätt i övriga nordiska länder samt i Tyskland, Schweiz, Frankrike och England

En överblick över främmande länders rätt, såvitt gäller otillbörlig konkurrens, visar att man överallt har ett mer varierat påföljdssystem än i Sverige. De dominerande sanktionerna är förbud, straff och skadestånd. I de skilda kapitlen ovan har sanktionssystemen i huvudsak redovisats. Sammanfattningsvis kan konstateras följande.

Straff förekommer inte som påföljd vid överträdelse av den generalklausul mot otillbörlig konkurrens, som finns i de danska, finska, norska och tyska lagarna. Sanktionerna är genomgående förbud och skadestånd. Den schweiziska lagens civilrättsliga del är konstruerad som en generalklausul med exemplifieringar. Till denna hör ett varierat sanktionssystem med bl. a. förbud och skadestånd. Den närmaste motsvarigheten till generalklausul i Frankrike är den generella skadeståndsregeln i Code civil art. 1382. I England finns ingen egentlig motsvarighet till generalklausulen.

I fråga om vilseledande reklam och oriktiga uppgifter om andra näringsidkare är i Danmark och Finland de primära sanktionerna straff och skadestånd, men i Danmark kan enligt allmänna regler och i Finland enligt särskild bestämmelse i lagen förbud meddelas. I Norge förekommer vid vilse-

ledande reklam sanktionerna förbud, straff och skadestånd. Överträdelse av förbud mot vilseledande reklam och medvetet osanna uppgifter om andra näringsidkare straffas. I Tyskland och Schweiz är de primära sanktionerna vid såväl vilseledande reklam som oriktiga uppgifter om andra näringsidkare förbud och skadestånd, medan straff kan förekomma vid uppsåtligt handlande av gärningsmannen. Den franska rättsens sanktion vid vilseledande reklam var intill senaste tid skadestånd enligt Code civil art. 1382, men från 1963 kan också straff och förbud tillgripas. Den engelska rätten är här som eljest föga jämförbar med skandinavisk och centraleuropeisk, men även i England förekommer förbud, skadestånd och straff som sanktioner vid de typer av förfaranden, varom här är fråga.

Missbruk av företagshemligheter straffas och medför skadeståndsskyldighet i dansk, finsk, norsk, tysk och fransk rätt och missbruk av tekniska förebilder i finsk, norsk och tysk rätt. Förbudssanktion kan i vissa fall förekomma men är av mindre betydelse. I den schweiziska lagen mot otillbörlig konkurrens är sanktionerna mot anstiftan till missbruk av företagshemlighet civilrättsliga eller straffrättsliga beroende på gärningsmannens subjektiva inställning. I engelsk rätt är sanktionerna i dessa fall civilrättsliga.

Bestickning och tagande av muta i näringsverksamhet bestraffas i dansk, finsk, norsk, tysk, fransk och engelsk rätt. I Schweiz behandlas bestickning som ett konkurrensbrott, vilket föranleder civilrättsliga eller straffrättsliga sanktioner.

Översikten visar att de civilrättsliga sanktionerna förbud och skadestånd är de enda som förekommer vid generalklausuler och andra stadganden utan mera specificerade rekvisit samt att de även i övrigt spelar stor roll, särskilt vid vilseledande reklam och likartade tyfval. Det kan tilläggas att den mest effektiva formen av ingripande mot vilseledande reklam och otillbörlig marknadsföring i Förenta Staterna synes vara förbudsförelägganden av federal statlig myndighet, Federal Trade Commission.

Rundfrågan

I den promemoria, som låg till grund för utredningens rundfråga, påpekades att sanktionssystemet i IKL var föga differentierat. Man ställde frågorna om sanktionen förbud borde införas i en ny lag mot illojal konkurrens, om den i så fall borde stå till buds generellt eller blott i vissa fall och om förbud och straff borde kunna tillämpas samtidigt eller blott alternativt.

I en stor majoritet av svaren förordades att förbudssanktionen infördes i lagen. En förutsättning för införande av en generalklausul ansågs allmänt vara att påföljden var förbud, inte straff. Det betonades att av ett straffbud krävdes en så detaljerad beskrivning av de handlingar det riktade sig mot att det var möjligt att på förhand bedöma stadgandets räckvidd. Men även

i övrigt ansåg de flesta det önskvärt med en förbudssanktion, som skulle stå till buds generellt och alternativt till straff. I några svar rekommenderade man att förbud kombinerades med vite. Man menade att detta var effektivare än bara förbud och förenat med den praktiska fördelen att en överträdelse av meddelat förbud inte behövde föranleda någon ny mer omfattande rättegång. I några svar uttalade man viss tvekan inför en generellt tillämplig förbudssanktion. Man framhöll bl. a. att en sådan var föga lämpad vid bestickning och tagande av muta och i regel också vid missbruk av yrkeshemligheter och tekniska förebilder. I ett par svar avråddes från sanktionen förbud, som ansågs främmande för vårt rättssystem.

Näringslivets Opinionsnämnd

Enligt § 2 i stadgarna för Näringslivets Opinionsnämnd skall nämnden söka avstyra att åtgärd, som nämnden funnit strida mot god affärssed, upprepas. Detta går i praktiken till så att nämnden då den funnit en åtgärd stridande mot god affärssed uppmanar vederbörande att framdeles beakta vad nämnden anfört och att till nämnden bekräfta att man kommer att följa denna uppmaning.

Nämndens yttranden är offentliga, om nämnden inte av särskild anledning förordnar annorlunda, vilket är mycket ovanligt. I ärenden av allmänt intresse redogör nämnden i pressmeddelanden för huvudinnehållet i avgivet yttrande.

Nämnden har således inga tvångsmedel i traditionell mening till sitt föfogande för att hindra konkurrensåtgärder, som enligt nämndens mening strider mot god affärssed. Erfarenheten visar emellertid att de av nämnden tillämpade offentlighets- och publicitetsprinciperna är tämligen effektiva medel att förmå näringsidkare att upphöra med reklam- och andra konkurrensåtgärder, vilka bedömts såsom otillbörliga.

Utredningen¹

Utredningen anser att frågan om vilka sanktioner som bör finnas i en lag om otillbörlig konkurrens är väsentlig och av avgörande betydelse för lagens genomslagskraft i praktiken. Men även andra faktorer än de direkta sanktionerna inverkar naturligtvis på lagens effektivitet, såsom den offentlighet och publicitet, som förbinds med dess tillämpning.

Sverige är veterligen det enda land i den västerländska kulturkretsen, som inte har förbud som påföljd på detta rättsområde. Under de nordiska förhandlingarna har det från början stått klart att man i Danmark, Finland och Norge funnit gällande rätts sanktionssystem i allt väsentligt ändamålsenligt. I de övriga nordiska förslagen till lag om otillbörlig konkurrens bibehålls därför sanktionerna förbud, straff och skadestånd, ehuru rätts-

¹ I fråga om påföljdsbestämmelsernas placering, se s. 52.

tekniskt utformade på något olika sätt. I det danska förslaget finns närmare regler endast om straffsanktionen. I fråga om förbud och skadestånd hänvisar man till allmänna regler. Som sanktioner vid överträdelse av generalklausulen kan endast förekomma förbud och skadestånd. Enligt det finska förslaget står sanktionerna förbud, skadestånd och straff generellt till buds då någon bryter mot lagen. Straff kan dock inte förekomma vid överträdelse av generalklausulen. Det norska förslaget stadgar att den som handlat i strid mot lagen kan förbjudas att företa sådan handling i framtiden. Skadeståndsskyldighet följer enligt norsk rätt av allmänna regler. Uppsåtlig eller i vissa fall oaktsam överträdelse av lagens bestämmelser, dock inte generalklausulen, straffas.

Syftet med både förbud och straff är väsentligen att hindra att ett inte önskvärt förfarande upprepas. Sanktionerna kan också antas verka moralbildande på det sättet att andra än dem de drabbar tar intryck av ingripandet och rättar sitt handlande därefter. Både straff och förbud har ekonomiska verkningar för dem de riktar sig mot, men straff drabbar hårdare socialt. Att vara straffad uppfattas i regel som en social belastning.

Karaktären av de förfaranden, som avses motarbetade med lagens stadganden, måste bestämma valet av påföljd. Anses det ur allmän synpunkt angeläget att en viss typ av förfaranden stoppas, oavsett om det ligger någon brottslig vilja eller avsikt bakom, då ter sig förbud mest ändamålsenligt. Den önskade effekten kan nås genom att man statuerar exempel utan att detta behöver leda till några socialt menliga följder för den ansvarige. Är förfarandet klandervärt endast om det speglar en etiskt oförsvarlig skadeavsikt eller i övrigt en brottslig vilja, ter sig straff som en mer adekvat påföljd. Vid förbud är gärningen i centrum för intresset, vid straff kommer gärningsmannen mer i förgrunden.

Skadestånd som sanktion har bland annat och kanske främst en reparativ funktion. Det får därför anses ha störst betydelse vid sådana gärningstyper där det generellt sett föreligger ett nära och lätt konstaterat samband mellan gärningen och skadan. Vid förfaranden där det typiskt sett är svårt att fastställa orsakssammanhanget mellan gärningen och skadan är skadestånds-sanktionen mindre ändamålsenlig.

Dessa allmänna synpunkter på de olika sanktionerna ligger bakom utredningens bedömning av dem i relation till de skilda gärningstyperna i lagförslaget.

Enligt 1 § i förslaget får i näringsverksamhet ej vidtas konkurrensåtgärd, varigenom hederlighet och god affärsmoral åsidosätts gentemot konsumenter eller näringsidkare. Genom 2 § ges möjlighet till ingripande mot i första hand vilseledande framställningar, i andra hand vissa gentemot andra näringsidkare otillbörliga framställningar, allt under förutsättning att de är ägnade att påverka efterfrågan på eller utbudet av varor, tjänster eller andra nyttigheter. Dessa stadganden bygger på uppfattningen att det är ett all-

mänt intresse, gemensamt för konsumenterna och näringslivet och därmed också för samhället i stort, att de beskrivna konkurrensåtgärderna eller framställningarna motarbetas. Vem som vidtar åtgärden eller använder framställningen och hans subjektiva avsikter därmed eller inställning över huvud taget framstår såsom mindre väsentligt. Befinns åtgärderna eller framställningarna vid en objektiv prövning otillåtna enligt lagens beskrivning, bör de kunna stoppas oavsett gärningsmannens subjektiva inställning.

Dessa omständigheter talar för att förbud är den mest ändamålsenliga påföljden för överträdelse av 1 och 2 §§ i förslaget. Särskilt i fråga om 1 § men i någon mån också i fråga om 2 § tillkommer att beskrivningen av det otillåtna är allmänt hållen och att det därför stundom kan vara vanskligt att på förhand bedöma om en viss konkurrensåtgärd eller framställning av domstol skall finnas vara i strid mot 1 resp. 2 §. För sanktionen straff brukar i enlighet med vedertagen straffrättslig uppfattning fordras tämligen noga specificerade gärningsbeskrivningar.

Ett av domstol meddelat förbud mot en konkurrensåtgärd eller en framställning, som befunnits oförenlig med 1 eller 2 §, torde i högre grad än ett straff för den ansvarige uppfattas som en norm för framtiden. Det kan därför antas vara effektivare såsom medel att påverka handlingsmönstren inom näringslivet.

Förbud synes också mer ändamålsenligt därför att det möjliggör ingripande mot oarter, som kanske förekommit länge utan att bli fördömda men som man vid en närmare prövning finner böra motarbetas. Den som handlat i enlighet med en vedertagen praxis kan knappast anses subjektivt klandervärd i så hög grad att en straffsanktionerad bestämmelse kan tillgripas mot honom.

Förbudssanktionen kan vara konstruerad så att straff utdöms om meddelat förbud överträds. Den i Sverige normalt tillämpade formen, när det gäller såväl rättsliga som administrativa förbud, är att man redan vid förbudets meddelande fastställer ett vite, som utdöms om förbudet överträds. Denna senare form, förbud i förening med vite, är effektivare därför att vitets storlek kan avpassas efter omständigheterna i varje särskilt fall. Endast fysisk person kan dömas till straff och för bötesstraffets höjd finns vissa i lag fastslagna gränser. Vite kan riktas mot juridiska personer och i princip sättas hur högt som helst.

Utredningen föreslår på nu anförda grunder som påföljd vid överträdelse av 1 och 2 §§ vitesförbud, vilket skall kunna meddelas oberoende av om det påtalade förfarandet kan subjektivt läggas någon till last. Emellertid anser utredningen att man, trots de betänkligheter som föranleds av den något obestämda gärningsbeskrivningen i 2 §, lämpligen bör bibehålla straffsanktionen vid uppsåtliga överträdelser av denna paragraf. Den som exempelvis uppsåtligen använder viss reklam med klar insikt om att den är vilseledande eller enligt 2 § andra stycket otillbörlig gentemot annan näringsidkare och

ägnad att påverka efterfrågan på eller utbudet av vara, tjänst eller annan nytthet gör sig skyldig till en gärning, som till sin allmänna karaktär ligger mycket nära bedrägeri. För sådana gärningar är straff den adekvata påföljden.

Mot förslaget att ha förbud och straff som i viss mån alternativa sanktioner kunde möjligen tala att förslag i den riktningen tidigare i olika sammanhang avvisats i vårt land. Redan patentlagstiftningskommittén föreslog förbud som påföljd vid illojal reklam (1915 års betänkande s. 119) men detta avböjdes av departementschefen med en något oklar motivering (prop. 1931: 175 s. 26). Senare förslag att införa förbudssanktion såsom alternativ till straffsanktion vid patent- och varumärkesintrång har avvisats av det skälet att anledning ej fanns att bereda möjlighet till meddelande av vitesförbud mot ett förfarande som var straffbelagt (prop. 1944: 176 s. 51 och prop. 1960: 175 s. 177). Emellertid var situationen i de två sistnämnda fallen föga jämförlig med den som nu övervägs av utredningen. Patent- och varumärkesintrång är gärningar, som riktar sig mot enskild av rättsordningen tillförsäkrad ensamrätt, medan vilseledande och andra enligt 2 § otillåtna framställningar typiskt sett riktar sig mot allmänheten; en förutsättning för ingripande är ju att de är ägnade att påverka efterfrågan på eller utbudet av vara, tjänst eller annan nytthet. Gärningstypen i 2 § har nära släktskap med sådan vilseledande användning av varukännetecken vid vilken förbudssanktion redan finns inskriven i lag. Enligt 35 § varumärkeslagen gäller nämligen att om varukännetecken används på ett sådant sätt att allmänheten vilseleds får domstol vid vite förbjuda denna användning av kännetecknet. Här har de sakliga skälen för en förbudssanktion fått vara avgörande, trots att förbudstalan enligt 35 § varumärkeslagen ofta kan vara ett alternativ till strafftalan enligt 1 § IKL. Emellertid leder enligt utredningens mening jämförelsen med 35 § varumärkeslagen inte särskilt långt. Utredningens förslag till stadgande mot framför allt vilseledande framställningar är av väsentligt större räckvidd och betydelse. Utredningen här den bestämda, bl. a. på internationella och framför allt nordiska jämförelser stödda uppfattningen att påföljden för överträdelse av 2 § i första hand bör vara förbud, men att straffsanktionen bör bibehållas för uppsåtliga fall. De sakliga skälen härför är enligt utredningens mening så utomordentligt starka att de betänkligheter av juridisk-teknisk natur, som kanske kan anföras mot det av utredningen föreslagna sanktionssystemet med förbud och straff som i viss mån alternativa påföljder, måste anses väga mycket lätt. Om emellertid trots allt förslaget inte anses kunna godtas av lagtekniska skäl, bör förbudssanktionen väljas hellre än straffsanktionen.

Den som överträder meddelat förbud eller uppsåtligen använder i 2 § beskrivna framställningar bör ersätta därav föranledd skada. Detta är helt i överensstämmelse med gällande svenska skadeståndsrättsliga principer. Att märka är emellertid att den skada, som skall ersättas i dessa fall, inte är den som åsamkas konsumenterna och andra, till vilka konkurrensåtgärderna eller

framställningarna direkt riktar sig. Ersättning för individuella skador, förorsakade »adressater» genom vilseledanden eller annan ohederlighet, får prövas enligt allmänna normer om bedrägeri och annan oredlighet. De skador, som här är ersättningsgilla, är skador som förorsakas andra näringsidkare som tredje män.

Vad härefter angår skador av sådana förfaranden, som endast föranleder förbudstalan, kunde väl tänkas ersättningsskyldighet i sådana fall, då skadan är förorsakad av vårdslöshet. Detta är den ståndpunkt, som intas i dansk, finsk och norsk rätt och som åtminstone i Danmark och Norge är helt överensstämmande med där gällande allmänna skadeståndsregler. I Sverige gäller emellertid i princip att allmän förmögenhetsskada ersätts i utomobligatoriska förhållanden endast då den orsakats av straffbelagt handlande; undantag från principen finns särskilt inom immaterialrätten. Den allmänna principen hindrar naturligtvis inte att man, om man finner det sakligt motiverat, kan föreskriva skadeståndsskyldighet exempelvis vid icke uppsåtliga överträdelser av 1 och 2 §§. Emellertid måste beaktas att skadeståndssanktionen i dessa fall har mycket ringa praktisk betydelse. Konkurrenten i näringslivet är ett komplicerat ekonomiskt spel och möjligheterna att fastställa ett orsakssammanhang mellan exempelvis en tillämpad ohederlig marknadsföringsmetod eller en använd vilseledande reklamkampanj och ekonomiska skador hos andra näringsidkare är i regel begränsade. Detta bestyrks av erfarenheter från andra länder. Utredningen finner därför inte skäl att här föreslå undantag från allmänna svenska skadeståndsrättsliga principer.

De handlingar, som avses i 3 och 4 §§ i utredningens förslag, företagsspioneri, missbruk av företagshemlighet samt missbruk av teknisk förebild och teknisk föreskrift, har väsentligt annan karaktär än de handlingar som avses i 1 och 2 §§. De riktar sig inte mot allmänheten utan mot enskilda företag. Handlingarna är nära besläktade med stöld och vissa andra förmögenhetsbrott, särskilt trolöshet mot huvudman. Anledning saknas att ingripa mot annat än uppsåtliga förfaranden. Utredningen anser därför inte förbud vara någon särskilt lämplig påföljd, även om förbud i och för sig inte skulle vara opraktiskt vid missbruk av företagshemlighet, teknisk förebild och teknisk föreskrift. Uppsåtlig överträdelse av 3 och 4 §§ i utredningens förslag bör således enligt utredningens mening föranleda straff och skadeståndsskyldighet.

Bestickning och tagande av muta i näringsverksamhet, 5 § i utredningens förslag, är motsvarigheter på näringslivets område till bestickning och muttagande berörande tjänstemän i allmän tjänst, vilket bestraffas enligt BrB. För de flesta handlingar, som ryms inom 5 §:s beskrivning, är straff den enda adekvata påföljden. Inom ramen för 5 § finns emellertid också gärningar, för vilka möjligen förbud kunde vara tänkbart som sanktion. Utredningen avser här sådan premiering av detaljhandelsanställda som sker bakom detaljhandlaren rygg i avsikt att främja avsättningen av egna varor

och tjänster. För rättsligt ingripande fordras dock att gärningen skall vara starkt moraliskt förkastlig; premieringen skall ha karaktären av muta. Utredningen har därför stannat för att föreslå straff och skadeståndsskyldighet som enda sanktioner.

Straffsätserna i de stadganden i IKL, som har motsvarigheter i utredningens förslag, är böter eller fängelse i högst ett år. Utredningen finner denna straffram väl avvägd också för de mer generella gärningsbeskrivningarna i utredningens förslag. Att såsom i 1 § IKL särskilt ange att frihetsstraff för vilseledande reklam m. m. skall förekomma endast där omständigheterna är synnerligen försvårande, finner utredningen inte erforderligt. Inom den angivna ramen bör straffet kunna utmätas enligt allmänna straffmättningsprinciper. Den väsentligt ökade räckvidden för detta stadgande har däremot föranlett utredningen att föreslå att ansvar inte skall ådömas om brottet är att anse som ringa. Härom hänvisas till specialmotiveringen till 7 §.

Taleregler

Gällande svensk rätt

Talereglerna enligt 11 § IKL har följande innehåll.

Alla brott mot IKL faller under allmänt åtal. Detsamma gäller i fråga om oredligt förfarande enligt 9 kap. 8 § andra punkten BrB, som föreslås upphävd och inarbetad i lagen om otillbörlig konkurrens. Missbruk av yrkeshemlighet eller teknisk förebild är dock angivelsebrott, dvs. åklagare får väcka åtal endast efter angivelse av målsägande.

Berättigade att väcka talan om ansvar för illojal reklam, obehörigt lämnande av gåva samt bestickning och tagande av muta är också näringsidkare och organisationer av näringsidkare i samma och likartad bransch. Denna åtalsrätt är dock numera subsidiär till åklagarens, dvs. en förutsättning för enskilt åtal är att angivelse först skett till åklagare och denne beslutat att inte väcka talan. Näringsidkare i samma och likartad bransch men däremot inte organisationer har dessutom primär rätt att föra talan om skadestånd.

Subsidiär rätt att väcka åtal och primär rätt att väcka talan om skadestånd för missbruk av yrkeshemligheter och tekniska förebilder har den vilkens yrkeshemlighet eller förebild obehörigen använts eller röjts.

Gällande rätt i övriga nordiska länder

Utformningen av talereglerna i de olika ländernas lagar mot otillbörlig konkurrens är beroende på bakomliggande processuella och organisatoriska förhållanden i resp. land. En redogörelse för dem ger därför inte mycket ledning för en bedömning av hur talereglerna skall utformas i den kom-

mande svenska lagen. Emellertid har i några rundfrågesvar föreslagits att man skulle till vår lag överflytta det talerättssystem som gäller i Danmark och Norge vid generalklausulen och stadgandena mot vilseledande reklam m. m. En redogörelse för detta system samt — i senare sammanhang — de danska och norska kommittéernas uppfattning om systemet är därför av intresse.

Rätten att föra talan om förbud enligt generalklausulen är starkt begränsad i Danmark och Norge. I Danmark får talan föras endast av föreningar och sammanslutningar, som särskilt bemyndigats därtill av handelsministern, samt av den förorättade själv efter tillstyrkan av en av de nämnda organisationerna. Bemyndigande har getts ett antal näringsidkareorganisationer samt arbejderbevaegelsens erhvervsråd, Statens hushållningsråd, de danske husmoderforeninger och danske husmødres forbrugerråd. I Norge får talan om förbud föras av vederbörande regeringsdepartement och av sammanslutningar av näringsidkare, som fått bemyndigande därtill av departementet.

I Finland får talan enligt generalklausulen föras av varje näringsidkare i samma eller likartad bransch samt av varje sammanslutning eller organisation, som verkar för befrämjande av dessa näringsidkares yrkesintressen. Dock sägs att om gärningen riktar sig endast mot en näringsidkare är det bara den omedelbart kränkte, som har talerätt.

Också då det gäller vilseledande reklam är talerätten begränsad i Danmark och Norge. I Danmark kan, utom då det gäller livsmedel och njutningsmedel, åtal anställas endast efter begäran eller tillstyrkan av någon av de särskilt bemyndigade organisationerna. I samband med begäran om åtal får organisationerna föranstalta om förbud mot överträdelsen. Åtal för oriktiga uppgifter om andra näringsidkare kan väckas på begäran av den förorättade, dock endast efter tillstyrkan av taleberättigad organisation. I Norge måste näringsidkare, som vill väcka talan om förbud mot vilseledande reklam, först förelägga regeringsdepartementet eller någon taleberättigad organisation saken för uttalande. Väcker sökanden mot avrådan talan kan sökanden, om svaranden frikänns, ådömas skadestånd. I anslutning till stadgandet om oriktiga uppgifter om annan näringsidkare finns ingen särskild taleregul.

Yrkande om straff och förbud för vilseledande reklam och oriktiga uppgifter om andra näringsidkare får enligt den finska lagen framställas av samma näringsidkare och organisationer, som har rätt att väcka talan enligt generalklausulen. Oriktiga uppgifter om andra näringsidkare får inte åtalas av allmän åklagare, om inte anmälan gjorts av målsäganden.

Rundfrågan

I promemorian till rundfrågan ställdes spörsmålen om man för att göra tillämpningen av lagen om otillbörlig konkurrens mer effektiv borde inom åklagarväsendets nuvarande ram avdela åklagare, som fick specialisera sig

på förevarande slags mål, eller om man borde inrätta en eller flera specialåklagartjänster, gemensamma för hela riket. Det nämndes också att den tanken framförts i diskussionen att näringsfrihetsombudsmannen skulle kunna vara särskild åklagare i mål angående otillbörlig konkurrens.

I majoritetens av svaren avvisades tanken att inrätta specialåklagartjänster för nu ifrågakvarande mål. I ett svar framhölls särskilt att de förfaranden som straffbeläggs genom lagen om otillbörlig konkurrens hade nära samband med förmögenhetsbrott såsom bedrägeri, oredligt förfarande och trolöshet mot huvudman samt med varumärkeslagstiftningen. Besvärliga avgränsningsproblem skulle därför uppkomma om specialåklagartjänster inrättades. I allmänhet rekommenderades att inom åklagarväsendet, särskilt i de större städerna, vissa åklagare fick specialisera sig på ärenden om otillbörlig konkurrens.

Tanken att göra näringsfrihetsombudsmannen till åklagare i mål om otillbörlig konkurrens vann föga anklång. Endast i ett fåtal svar rekommenderades en sådan ordning.

I rundfrågepromemorian ställdes vidare frågan hur reglerna om talerätt enligt en generalklausul och i övriga fall borde utformas.

Frågan om talerätt enligt en generalklausul föranledde skiftande svar. Några förordade talerätt endast för viss offentlig myndighet och vissa utsedda organisationer, andra varnade för en sådan ordning. I några svar rekommenderas talerätt för åklagare, eventuellt under förutsättning av angivelse, men även den uppfattningen fanns företrädd att den förfördelade själv borde ha rätt att föra talan.

I fråga om talerätten i övrigt enligt lagen ansåg man i allmänhet att brott borde ligga under allmänt åtal samt att talerätt därutöver borde tillkomma målsägande och näringsorganisationer. Man föreslog också att konsumenter eller organisationer, som företrädde konsumentintressen, skulle få talerätt. Från ett par håll föreslogs att åtal skulle få ske först efter angivelse eller anmälan av en administrativ statlig myndighet med uppgift att handlägga ärenden om otillbörlig reklam.

Riktprisutredningen

Riktprisutredningen framhåller i sitt betänkande »Prissamverkan och konkurrens» (SOU 1966: 48 s. 122) bland annat följande: I det moderna samhället kan konsumenterna göra anspråk på skydd genom samhällets försorg mot att varor och tjänster tillhandahålls dem med hjälp av vilseledande affärsmetoder. En grundläggande uppgift för samhället på konsumentområdet är därför att utforma normer för de åtgärder som kan tillåtas från säljar sidan gentemot konsumenterna. Samhället har emellertid hittills iakttagit återhållsamhet när det gäller att ingripa mot vilseledande marknadsföringsmetoder. Enligt vad riktprisutredningen erfarit kommer emellertid inom

kort att framläggas ett förslag till lag om otillbörlig konkurrens, som kommer att innebära en väsentlig utbyggnad av konsumenternas rättsskydd.

Riktprisutredningen refererar innehållet i 1 och 2 §§ i det kommande förslaget till lag om otillbörlig konkurrens och anger att som påföljder för överträdelse torde komma att föreslås domstolsförbud vid vite och vid uppsåtliga oriktiga eller vilseledande reklamframställningar straff. Härefter anförs bland annat: Riktprisutredningen vill understryka vikten av att den planerade utbyggnaden av konsumentenskyddet på detta viktiga område kommer till stånd snarast och att skyddet ges en tillräckligt vidsträckt omfattning. Vad som bör särskilt uppmärksammas är emellertid att konsumenterna ges garantier för att de möjligheter till rättsligt ingripande, som kommer att föreslås, verkligen utnyttjas i praktiken. Det synes härvid vanskligt att väsentligen lita till polisanmälningar eller förbudstalan från näringsidkares sida. Skall de vilseledande marknadsföringsåtgärderna verkligen stävjas, torde det fordras att konsumenterna äger en särskild företrädare med resurser att övervaka efterlevnaden av bestämmelserna och göra erforderliga ingripanden. Det är också lämpligt att ett organ som ser problemen från direkt konsumentensynpunkt får en betydelsefull ställning vid utformningen av praxis enligt den planerade lagstiftningen.

Riktprisutredningen har funnit den bästa formen för utbyggnaden av konsumentenskyddet i detta avseende utgöra inrättande av en befattning som *konsumentombudsman* (KO) med uppgift att tillse att lagstiftningen och andra normer på konsumentenskyddets område efterlevs. Sedan den tilltänkta lagstiftningen om otillbörlig konkurrens genomförts bör KO enligt riktprisutredningen själv kunna föra förbudstalan inför domstol mot vilseledande reklam och andra otillbörliga affärsmetoder enligt denna lag. Däremot bör KO inte själv uppträda som åklagare men synes liksom näringsfrihetsombudsmannen böra anmäla till åtal. Bland annan konsumentenskyddande lagstiftning, vars tillämpning KO enligt riktprisutredningen bör särskilt övervaka, är regler om oriktiga ursprungsbeteckningar samt vilseledande och degenererade varumärken.

Utredningen

I en lag om otillbörlig konkurrens föreligger ett nära samband mellan arten av de förfaranden, som anses otillåtna, påföljderna för överträdelse och reglerna om vem som skall föra talan enligt lagen. De skilda delarna av lagen bör samordnas så att vad som uppfattas som otillbörlig konkurrens motarbetas så effektivt som möjligt.

Såsom tidigare närmare utvecklats har utredningen funnit att det är ett allmänt intresse, gemensamt för konsumenterna och näringslivet, att oönska konkurrensåtgärder och vilseledande framställningar inte förekommer i näringslivet och att det mest ändamålsenliga sättet att hindra dessa

i 1 och 2 §§ beskrivna åtgärder och framställningar är att ge möjlighet till domstolsförbud däremot. Representanter för de berörda intressena, alltså för konsumenterna och näringslivet, bör ha rätt att föra talan om förbud.

I gällande rätt i Danmark och Norge får talan enligt generalklausulen och i viss mån även stadgandet mot vilseledande reklam föras endast av eller efter tillstyrkan av särskilt bemyndigade organisationer och i Norge även viss myndighet. Detta system, som bl. a. ansågs vara ett värn mot bagatellsaker och chikanösa rättegångar har kritiserats av de danska och norska kommittéerna. Redan besväret med och kostnaderna för rättegång har bedömts verka tillräckligt återhållande. Organisationernas avgörande inflytande har ansetts principiellt betänkligt och oförenligt med allmänna rättsprinciper. Bland annat har man framhållit risken för olika behandling av medlemmar och utanförstående företagare. De nuvarande reglerna föreslås därför upphävida. Enligt det danska förslaget till konkurrenslag skall talan om förbud jämlikt generalklausulen kunna föras inte bara av föreningar och sammanslutningar som handelsministern bemyndigar därtill utan också av den förorättade själv. Rätten att föra talan mot vilseledande reklam m. m. föreslås inte begränsad på något särskilt sätt. Enligt det norska förslaget har förutom vederbörande departement var och en med rättsligt intresse i saken rätt att föra talan om förbud. Den som driver näringsverksamhet av samma eller liknande art samt organisationer av sådana näringsidkare skall anses ha sådant intresse. Departementet skall också kunna ge tillstånd att föra förbudstalan till sammanslutningar och institutioner, som representerar konsumenterna.

De danska och norska erfarenheterna talar emot att i Sverige införa ett system, motsvarande det som nu gäller i dessa länder. I stället bör — liksom vid talan mot vilseledande användning av kännetecken enligt 35 § varumärkeslagen — rätt att föra talan om förbud tillkomma var och en som lider förfång av åtgärden eller framställningen, oberoende av om vederbörande är konsument eller näringsidkare. Konsumenternas och näringslivets intressen kan dock inte antas bli tillräckligt effektivt tillvaratagna härigenom. Enskilda konsumenter och näringsidkare saknar ofta erforderliga resurser såväl ekonomiskt som kunskapsmässigt för att föra förbudstalan. Näringslivets intressen bevakas i dessa frågor lämpligen av näringslivets organisationer, som alltså bör ges rätt att föra förbudstalan. Men också konsumenterna behöver, som riktpolisutredningen framhållit, särskilda företrädare med resurser att övervaka efterlevnaden av bestämmelserna och göra erforderliga ingripanden. På konsumentensidan finns emellertid inte ett organisationssystem, motsvarande vad som finns inom näringslivet. Exempel på egentliga konsumentorganisationer är husmodersföreningarna, vilka är sammanslutna i Sveriges Husmodersföreningars Riksförbund. Konsumentkooperationen anser sig också företräda konsumenternas intressen; samtidigt företräder rörelsen även näringsidkarin-

tressen som producent och distributör. Vidare brukar konsumentkollektivet företrädas av löntagarorganisationerna, som bl. a. i skilda situationer föreslår eller utser konsumentrepresentanter. Särskilt kan i detta sammanhang erinras om att löntagarorganisationerna föreslår ledamöter i näringsfrihetsrådet samt att Sveriges Husmodersföreningars Riksförbund och löntagarorganisationerna utser ledamöter i Näringslivets Opinionsnämnd. Vidare kan framhållas att konsument- och löntagarorganisation enligt KBL äger självständig rätt att påkalla förhandling inför näringsfrihetsrådet om undanröjande av skadlig verkan av konkurrensbegränsning, om näringsfrihetsombudsmannen i visst fall beslutat att inte göra framställning där- om.

Enligt utredningens om illojal konkurrens uppfattning är konsument- och löntagarorganisationerna väl lämpade att bevaka konsumenternas intressen också då det gäller att motarbeta från konsumentsynpunkt otillbörlig konkurrens. Utredningen föreslår därför att talan om förbud för överträdelse av 1 och 2 §§ i utredningens förslag skall få föras av samman- slutning av konsumenter eller löntagare.

Utredningen föreslår vidare — likaså efter mönster av 35 § varumärkes- lagen — att förbudstalan skall kunna föras av myndighet, som Kungl. Maj:t bestämmer. Tanken är att denna myndighet vid sidan av konsument- och löntagarorganisationerna skall bevaka de allmänna konsumentintres- sena. Talerätt för myndighet bedömer utredningen som väsentlig för lagens effektiva genomförande. Betydelsefullt är därför vilket statligt organ, som skall föra förbudstalan. Utredningen hade närmast tänkt sig att uppgiften skulle anförtros en befintlig myndighet, exempelvis kommerskollegium, där någon befattningshavare kunde ägna sig åt dessa frågor. Om uppgiften hellre bör ges den av riktpreisutredningen föreslagne konsumentombudsman- nen anser sig utredningen om illojal konkurrens sakna tillräckligt underlag att ta slutlig ställning till. Uppenbart är emellertid att de övriga uppgifter som enligt riktpreisutredningens förslag skall läggas på denne är helt an- norlunda till sin karaktär. Det kan därför möjligen befaras att bevakningen av konsumentintresset enligt lagen om otillbörlig konkurrens inte skulle kunna ägnas tillräcklig uppmärksamhet av en konsumentombudsman. Ut- redningen om illojal konkurrens ifrågasätter om inte en effektivare be- vakning vinnes om man gör som utredningen tänkt sig. En fördel härmed är också att organisationen kan genomföras snabbare och till förhållandevis små kostnader. Utredningen vill understryka att de rättsliga avvägningar, som måste göras enligt lagen om otillbörlig konkurrens, kan förutses bli vanskliga, särskilt den första tiden, då vägledande praxis saknas, och att ställningstaganden av statlig myndighet i dessa frågor kan förväntas få särskild tyngd och bli normgivande även då fallen inte förs till domstol. Det är därför ofrånkomligt att den person som skall ta ställning i dessa frågor är en kvalificerad jurist med insikter i näringslivets förhållanden.

Påföljden för uppsåtlig överträdelse av stadgandena mot vilseledande reklam m. m., företagsspioneri, missbruk av företagshemlighet, teknisk förebild och teknisk föreskrift samt bestickning och tagande av muta i näringsverksamhet föreslås vara straff. Anledningen är att dessa gärningar ansetts moraliskt klandervärda i lika hög grad som bedrägeri, stöld, trolöshet mot huvudman samt bestickning och tagande av muta, såvitt rör tjänstemän i allmän tjänst. I konsekvens härmed bör de, liksom brott i allmänhet, höra under allmänt åtal. Någon inskränkning i åklagarens åtalsrätt bör inte göras såvitt gäller uppsåtlig vilseledande reklam samt bestickning och tagande av muta. Företagsspioneri samt missbruk av företagshemlighet, teknisk förebild och teknisk föreskrift, däremot, berör i så hög grad enskilda intressen att en förutsättning för åtal bör vara att brottet av målsägande anges till åtal.

Enligt allmänna regler äger målsägande alltid rätt att väcka åtal för brott om han angivit brottet och åklagaren beslutat att åtal ej skall äga rum. Någon ytterligare subsidiär åtalsrätt finner utredningen inte behövlig vid överträdelse av stadgandena mot företagsspioneri och missbruk av företagshemlighet m. m. samt bestickning och tagande av muta. Då det gäller uppsåtlig vilseledande reklam m. m., däremot, är det allmänna intresset av att dessa gärningar verkligen beivras så stort att den myndighet och de organisationer, som äger föra talan om förbud, bör ges samma subsidiära åtalsrätt som målsäganden.

Vad slutligen gäller skadeståndssanktionen behövs enligt utredningens mening ingen särskild taleregulering. Endast brottslig gärning eller överträdelse av meddelat domstolsförbud är i förslaget skadeståndsgrundande. Det är därför tillräckligt att hänvisa till den allmänna regel, enligt vilken målsäganden har rätt att föra talan om skadestånd. Målsägande är enligt 20 kap. 8 § sista stycket RB den mot vilken brott är begånget eller som därav blivit förnärmat eller lidit skada.

Åtgärder till förebyggande av fortsatt lagöverträdelse

Interimistiskt förbud

Gällande svensk rätt

Mål i vilka yrkas ansvar för överträdelse av IKL är brottmål. I sådana mål kan man därför enligt allmänna regler i RB tillgripa olika tvångsmedel för att säkra fullgörandet av den tilltalade åliggande ekonomiska förpliktelser eller att trygga tillgången till föremål som har betydelse för utredningen i målet. Att i avbidan på slutlig rättslig prövning av ansvarsfrågan enligt 1 § IKL förbjuda den åtalade att lämna sådana oriktiga uppgifter, som avses i paragrafen, är däremot inte möjligt.

Talan om skadestånd för illojal reklam kan föras i samband med ansvarstalan i brottmålet. Skadeståndstalan kan emellertid också föras i den för tvistemål stadgade ordningen. Sker detta ges vissa formella möjligheter till interimistiska förbud och liknande förordnanden. Enligt 15 kap. 3 § första punkten RB kan nämligen, om part visat sannolika skäl för sin talan, under viss förutsättning förbud vid vite eller annat föreläggande meddelas motparten eller förordnas om egendoms förvaltning av god man eller om annan åtgärd, som finnes erforderlig för säkerställande av partens rätt. Förutsättningen är att det skäligen kan befaras att motparten genom att utöva viss verksamhet eller företa eller underlåta viss handling eller genom annat sitt förhållande hindrar eller försvårar domens verkställande eller väsentligt förringar dess värde för parten. Enligt andra punkten i paragrafen må föreläggande eller förordnande också meddelas om det i annat fall är för parten av synnerlig vikt och det inte länder motparten till väsentligt förfång.

Gällande rätt i några andra länder

I avsnittet om påföljder har redovisats att i de övriga nordiska länderna samt i exempelvis Tyskland, Schweiz och England, förbud är en normal och i vissa fall förhärskande påföljd för olika former av otillbörlig konkurrens. I de fall då förbud kan användas såsom slutlig sanktion kan det också som regel meddelas interimistiskt, i avbidan på slutligt avgörande. Oftast krävs då att säkerhet ställs för den förlust som kan förorsakas vederbörande, om förfarandet i den slutliga prövningen inte befinnes oförenligt med lagens stadganden.

Rundfrågan

I rundfrågepromemorian framhölls att en skadelidande, vare sig denne var allmänheten, representerad av åklagaren, eller en konkurrent, många gånger var föga betjänt av en fällande dom, som gavs kanske flera år efter det att den påtalade åtgärden vidtogs. I anslutning härtill ställde man frågan om domstol borde ges möjlighet att interimistiskt förbjuda påtalad konkurrensåtgärd.

Uppfattningarna härom var delade. Å ena sidan betonades vikten av snabba ingripanden, å den andra underströks att det ofta skulle röra sig om mycket svårbedömda rättsfrågor. Många uttalade att ingripande endast fick göras i flagranta och brådskande fall och att stor försiktighet var att tillråda. Som regel ansåg man att säkerhet borde ställas för den skada, som kunde bli följden av ett interimistiskt beslut.

Näringslivets Opinionsnämnd

Näringslivets Opinionsnämnd kan i visst fall vidta åtgärder för att interimistiskt stoppa en påtalad handling. Om påtalad reklamåtgärd uppenbarligen står i strid mot god affärssed och fortsatta sådana åtgärder finnes

medföra risk för betydande skadeverkningar, kan nämnden nämligen enligt § 16 i stadgarna, oaktat utredningen inte är slutförd, rekommendera den som företagit åtgärden att inte upprepa denna till dess nämndens yttrande i ärendet föreligger. Denna paragraf har hittills använts med stor försiktighet, men önskemål framkommer inte sällan om att den skall ges vidare tillämpning.

Utredningen

Av det föregående framgår att ett av motiven till utredningens förslag om att ohederliga konkurrensåtgärder och vilseledande reklam skall kunna förbjudas av domstol är att man ansett förbud vara en effektivare påföljd än straff. Effektiviteten blir emellertid kraftigt försvagad om förbudet inte är tillämpligt förrän lagakraftgående dom föreligger i målet. Redan på ett inledande stadium av en process kan man finna att en reklamkampanj är uppenbart vilseledande och ägnad att ha stora skadeverkningar för konsumenterna och näringslivet eller att en marknadsföringsmetod är klart ohederlig. En process, förd genom flera instanser, tar emellertid lång tid, kanske flera år. Reklamkampanjen eller marknadsföringsmetoden kan visserligen hämmas på utomrättslig väg, exempelvis genom publiciteten kring ett inlett rättsligt förfarande, men effektivt stoppad kan den endast bli om man har tillgång till ett rättsligt tvångsmedel. Det finns därför från allmän synpunkt goda skäl att införa möjlighet till interimistiska förbud. Mot det allmänna intresset av ett snabbt beslut måste dock vägas intresset för den enskildes rättssäkerhet. Ett förbud kan antas i regel medföra ett betydande ekonomiskt avbräck för den drabbade. Förutsättningar för interimistiskt förbud bör därför vara att ett sådant framstår som angeläget från allmän synpunkt, att den mot vilken förbudsyrkande riktas normalt får tillfälle att yttra sig däröver och att garantier ges för att den drabbade hålls skadeslös, om beslutet skulle ändras till hans förmån vid en senare eller slutlig prövning i målet.

Enligt allmänna regler i 15 kap. 3 § RB kan interimistiskt förbud i vissa fall meddelas i tvistemål. De enda former av talan som RB räknar med är emellertid — förutom talan på s. k. rättsgestaltande dom, exempelvis dom om äktenskapsskillnad — fullgörelsetalan och fastställsetalan. Dessa två senare former av talan går ut på åläggande för part att fullgöra en prestation respektive på fastställande av existensen eller icke-existensen av ett visst rättsförhållande. Förutsättningarna för meddelande av interimistiskt förbud enligt 15 kap. 3 § RB har utformats med tanke på fullgörelse- eller fastställsetalan. Såvitt utredningen kan finna är paragrafen däremot inte tillämplig i ett mål där talan förs om förbud att vidta viss konkurrensåtgärd eller att använda viss framställning i näringsverksamhet. Utredningen finner därför erforderligt att föreslå ett särskilt stadgande i lagen om otill-

hörlig konkurrens om att vitesförbud får meddelas för tiden intill dess laga-krafttagande dom föreligger. Förutsättning för sådant interimistiskt vitesförbud bör vara att ett fortsättande av den påtalade handlingen kan förväntas medföra allvarliga olägenheter för konsumenter eller näringsidkare. I fråga om förfarandet vid meddelande av interimistiskt förbud och pant eller borgen för eventuell skada anser utredningen att samma regler bör gälla som då fråga är om interimistiska förbud enligt RB. Här om hänvisas till specialmotiveringen.

I brottmål finns som nämnts ingen möjlighet att meddela interimistiskt förbud i svensk rätt. Väsentligen synes detta bero på juridisk-tekniska betänkligheter mot de dubbla påföljderna för överträdelse efter meddelat förbud, nämligen dels vite eller straff för trotsande av domstols förbud, dels straff enligt det bakomliggande straffbudet. Men en bidragande orsak till att man inte velat införa förbud i brottmål torde vara att straffhotet ansetts tillräckligt avskräckande, särskilt som den fortsatta brottsligheten efter inledd rättegång i regel torde få anses begången under försvärande omständigheter, eftersom gärningsmannen är medveten om att i varje fall åklagar-myndigheten uppfattar förfarandet som lagstridigt. (Jfr. *Strömberg*: Om kombination av straff och vite, Förvaltningsrättslig Tidskrift 1955 s. 197.) Utredningen anser sig särskilt med hänsyn till det sist anförda skälet inte böra föreslå möjlighet till interimistiskt förbud i brottmål enligt lagen om otillbörlig konkurrens.

Övriga åtgärder

Gällande svensk rätt

Enligt 36 kap. 2 § BrB kan vad som använts som hjälpmedel vid brott eller frambragts genom sådan gärning under vissa förutsättningar förklaras förverkat till kronan, bl. a. om det är påkallat för att förebygga brott. I stället för förverkande äger rätten enligt 36 kap. 5 § BrB föreskriva åtgärder till förebyggande av missbruk. För tillämpning av dessa bestämmelser erfordras emellertid att fråga är om brott som avses i BrB.

I anslutning till 1 § IKL om illojal reklam finns inga särskilda bestämmelser för att förhindra att oriktiga uppgifter i meddelanden på varor, anslag eller skyltar eller i annonser, cirkulär, prospekt eller priskuranter lämnas på nytt. Korrektivet mot nytt brottsligt förfarande är endast förnyat åtal för illojal reklam.

Då det gäller det likartade förfarande, som avses i 35 § andra stycket varumärkeslagen, dvs. då innehavare av varukännetecken eller annan med hans medgivande använder kännetecknet på sådant sätt, att allmänheten vilseleds, har däremot särskilda föreskrifter getts för att hindra fortsatt vilseledande. Om vederbörande vid vite förbjudits att använda kännetecknet, kan rätten jämlikt 36 § varumärkeslagen i samband med utdömande av vi-

tet förordna att varukännetecken som i strid mot förbud anbragts på vara, förpackning, reklamtryck, affärshandling eller dylikt skall utplånas eller så ändras att det inte längre är vilseledande. Kan sådan åtgärd ej ske annorledes, må förordnas att den märkta egendomen skall förstöras eller på visst sätt ändras. I avbidan på förordnande får egendomen tas i beslag. Därvid skall vad om beslag i brottmål i allmänhet är föreskrivet äga motsvarande tillämpning.

I fråga om geografiska ursprungsbeteckningar är behandlingen, som utförligt redovisats i kapitel VIII, helt olika vid import och inom landet. Vid import skall i princip alla varor med geografiska ursprungsbeteckningar, som enligt generaltullstyrelsens bedömning är oriktiga, tas i beslag. Inom landet finns inga möjligheter till andra former av beslag eller andra säkerhetsåtgärder än vad som följer av allmänna regler i RB. Detta innebär i praktiken att man endast kan ta i beslag föremål, som skäligen kan antas ha betydelse för utredning om brottet.

Till stadgandena om missbruk av yrkeshemligheter och tekniska förebilder i 3 och 5 §§ IKL finns inga särskilda bestämmelser, som syftar till att förhindra fortsatt brottslighet. Korrektivet mot att yrkeshemligheter eller tekniska förebilder missbrukas på nytt är alltså förnyat åtal.

Internationella konventioner

Både Pariskonventionen och Madridöverenskommelsen innehåller vissa föreskrifter som syftar till att förhindra användningen av oriktiga geografiska ursprungsbeteckningar. Dessa har redovisats i kapitel VIII, där också följande slutsatser dragits. Anslutningen till Pariskonventionen kan inte anses medföra förpliktelse att vidta särskilda lagstiftningsåtgärder för att förhindra fortsatt överträdelse. Däremot får med anslutningen till Madridöverenskommelsen anses följa skyldighet att möjliggöra antingen beslag vid införseln, importförbud eller beslag inom landet.

Rundfrågan

I den promemoria, som låg till grund för rundfrågan, berördes inte frågan om särskilda lagstiftningsåtgärder mot att ett av domstol såsom brottsligt eller eljest otillbörligt ansett förfarande upprepades. I ett par svar föreslogs emellertid bestämmelser, som möjliggjorde för domstol att föreskriva åtgärder till förebyggande av fortsatt missbruk av ritningar eller andra tekniska förebilder. Behovet av en dylik bestämmelse belystes av ett fall, då en anställd hos ett industriföretag dömts till ansvar för att han kopierat ritningar till vissa av dess maskiner samt låtit tillverka och sälja sådana maskiner. Ritningarna kunde inte åtkommas genom beslag eller förverkande utan vederbörande kunde behålla och använda dem vidare.

Utredningen

Enligt varumärkeslagen kan rätten i vissa fall ge föreskrifter om att vilseledande kännetecken skall utplånas eller ändras. Motsvarande möjligheter bör enligt utredningens mening ges i anslutning till 2 § lagen mot otillbörlig konkurrens. Det gäller alltså oriktiga, vilseledande eller enligt 2 § andra stycket otillbörliga framställningar som anbragts på varor eller förpackningar eller finns i reklamtryck, affärshandling eller dylikt. Rätten bör kunna förordna att sådana framställningar skall utplånas eller ändras så att missbruk inte längre kan ske. Av särskild betydelse är detta då det gäller oriktiga geografiska ursprungsbezeichnungar, men anledning saknas att begränsa möjligheten till ingripande till just denna typ av oriktiga framställningar. En förutsättning för förordnande som här avses bör vara att vederbörande handlat i ond tro. Ingripande skall alltså kunna ske bara vid brottsligt förfarande eller vid överträdelse av vitesförbud. Är däremot endast fråga om att meddela förbud mot användningen av oriktiga, vilseledande eller eljest otillbörliga framställningar bör förordnande om utplånande eller ändring inte kunna ges. I den situationen kan inte med samma fog presumeras att vederbörande inte kommer att rätta sig efter ett meddelat förbud.

För att säkerställa verkställigheten av förordnande, som här avses, bör egendomen kunna tas i beslag. Därvid bör tillämpas allmänna regler om beslag i brottmål.

I svaren på rundfrågan har påpekats och exemplifierats behovet av föreskrifter till förebyggande av fortsatt missbruk av tekniska förebilder. Att i det beskrivna fallet möjlighet bör finnas att tvinga missbrukaren att överlämna ritningen till målsäganden finner utredningen uppenbart. Men även i övrigt när förebild, föreskrift eller annan handling missbrukats i samband med brott mot 3 eller 4 § bör förordnande kunna ges att den missbrukade handlingen eller efterbildning därav skall överlämnas till målsäganden.

Även i detta fallet bör beslag enligt allmänna regler kunna göras för att säkerställa verkställigheten.

Specialmotivering till 6—13 §§

6 §

I 6 § första stycket stadgas att om någon vidtar åtgärd, som avses i 1 § första stycket, eller om någon använder framställning, som avses i 2 §, äger domstol vid vite förbjuda honom att fortsätta därmed.

Förutsättning för meddelande av vitesförbud är sålunda, såvitt gäller 1 § första stycket, att i näringsverksamhet vidtagits konkurrensåtgärd, genom vilken enligt domstolens uppfattning hederlighet och god affärsmoral åsido-

satts gentemot konsumenter eller näringsidkare. Såvitt gäller 2 § första stycket är förutsättning för vitesförbud, att det använts en framställning, som enligt domstolens bedömning är dels oriktig eller vilseledande, dels ägnad att påverka efterfrågan på eller utbudet av vara, tjänst eller annan nyttighet. I fråga om 2 § andra stycket är förutsättningen att framställningen dels på grund av sin utformning eller genom att den angår ovidkommande förhållande befunnits otillbörlig gentemot annan näringsidkare, dels ansetts ägnad att påverka efterfrågan på eller utbudet av vara, tjänst eller annan nyttighet.

Förbudstalan riktas mot den som vidtagit åtgärden eller använt framställningen. Det kan vara fysisk eller juridisk person, enskild eller företag. Huruvida vederbörande handlat uppsåtligt eller vårdslöst saknar betydelse. Även om det inte kan läggas vederbörande subjektivt till last såsom försummelse att åtgärden vidtagits eller framställningen använts kan vitesförbud meddelas. Avgörande är om den vidtagna åtgärden eller använda framställningen enligt domstolens prövning objektivt sett är sådan som beskrivs i 1 resp. 2 §.

Enligt 6 § andra stycket äger domstol, om ett fortsättande av handlingen kan förväntas medföra allvarliga olägenheter för konsumenter eller näringsidkare, meddela vitesförbud för tiden intill dess lagakraftägande dom föreligger. Vid sådant beslut äger stadgandena i 15 kap. 5 och 6 §§ RB motsvarande tillämpning. Domstolen kan alltså redan på ett förberedande stadium av rättegången genom vitesförbud hindra svaranden att fortsätta en igångsatt reklamkampanj eller att använda en introducerad marknadsföringsmetod. Ett sådant ingripande kan innebära ett starkt ekonomiskt avbräck för svaranden. Stadgandet måste därför användas med försiktighet. Förutsättning för tillämpning av stadgandet är — förutom att allvarliga olägenheter kan förväntas för konsumenter eller näringsidkare — att konkurrensåtgärden med rimlig grad av sannolikhet kommer att bedömas såsom otillbörlig enligt 1 eller 2 § även vid den slutliga prövningen av målet.

Genom hänvisningen till 15 kap. 5 och 6 §§ RB har sörjts för att motpartens rättssäkerhet inte åsidosätts genom interimistiskt förbud. Beslut om sådant förbud kan således meddelas endast av den rätt, där rättegången är, och fråga om förbud får upptas bara på yrkande av part. I regel skall motparten höras över förbudsyrkandet, innan det bifalles. Om fara är i dröjsmål, får dock rätten omedelbart bevilja åtgärden att gälla intill dess anorlunda förordnas. Denna möjlighet att meddela beslut utan att höra motparten måste tillämpas med mycket stor försiktighet vid de mål, som här är i fråga, och rätten bör ånyo pröva sitt beslut sedan motparten hörts.

Av särskild betydelse är stadgandet i 15 kap. 5 § tredje stycket RB att en förutsättning för interimistiskt förbud är att pant eller borgen ställs för den skada, som kan tillskyndas motparten. Säkerheten skall ställas hos

domstolen, som bör tillse att den är tillräckligt hög för att hålla motparten skadeslös, om beslutet senare skulle ändras till hans förmån. Från ställandet av säkerhet är kronan alltid fri. Domstolen får dessutom enligt RB i ett par undantagsfall befria enskild part från att ställa säkerhet, nämligen om han är ur stånd därtill eller om han visat synnerliga skäl för sin talan. Dessa båda undantagssituationer torde sällan bli aktuella, då det gäller lagen om otillbörlig konkurrens.

Enligt 15 kap. 6 § RB skall beslut om interimistiskt förbud omedelbart hävas om den talan, som föranlett förbudet, återkallas eller om skäl eljest ej finns att bibehålla förbudet. Då målet avgörs skall rätten pröva om förbudet skall bestå. Ännu i samband med domen får rätten förordna om interimistiskt förbud i avbidan på att domen vinner laga kraft.

Särskild omsorg måste ägnas åt formuleringen av förbudet, vare sig detta är slutligt eller interimistiskt. Det måste tillses att det blir så omfattande, att svaranden inte med en i sak betydelslös förändring kan fortsätta sitt otillbörliga förfarande. Å andra sidan får förbudet inte göras så omfattande, att svaranden hindras vidta legitima konkurrensåtgärder.

Vite som föreläggs enligt 6 § skall bestämmas i pengar. Vitets belopp får bestämmas efter omständigheterna i målet. Den ekonomiska effekten av otillbörliga konkurrensåtgärder kan skifta inom mycket vida gränser. I varje särskilt fall får tillses att vitet blir så högt, att det inte »lönar sig» för svaranden att bryta mot domstols förbud.

Blir fråga om att utdöma förelagt vite, har den som yrkat förbud att hemställa hos åklagare att föra talan härom. Därvid äger enligt 18 § lagen om införande av nya RB vad som är föreskrivet om åtal för brott, varå inte kan följa svårare straff än böter, motsvarande tillämpning (jfr prop. 1960: 167 s. 254).

Mot den som överträtt meddelat förbud skall inte jämsides med talan om utdömande av vitet föras ansvarstalan enligt 7 §. Men vidtar en annan person eller ett annat företag än det, som drabbats av förbud, med vetskap om förbudet en likadan konkurrensåtgärd, som den förbudet avser, torde förut-sättningarna för ansvarstalan enligt 7 § i regel vara för handen.

Enligt 10 § må talan om förbud föras av myndighet som Konungen bestämmer. Vid sådan talan blir 20 § lagen om införande av nya RB tillämplig. I fråga om rättegångskostnad och ordningen för målets fullföljd i högre rätt skall alltså bestämmelserna i RB angående allmänt åtal äga motsvarande tillämpning. Talan får också enligt 10 § föras av enskild part eller sammanslutning av konsumenter eller löntagare eller sammanslutning av näringsidkare. Sådan talan torde få föras enligt reglerna för indispositiva tvistemål, vilket är av betydelse bl. a. med hänsyn till påföljderna för utevaror samt möjligheten och verkan av talans återkallande (jfr prop. 1960: 167 s. 254).

7 §

Enligt 7 § första stycket dömes den som uppsåtligen bryter mot 2—5 §§ till böter eller fängelse i högst ett år. Där stadgas också att om brott mot 2 § är att anse som ringa dömes ej till ansvar.

Endast uppsåtliga gärningar är sålunda straffbelagda. Med uppsåt avses direkt, indirekt och eventuellt uppsåt, sådana dessa begrepp utbildats i doktrin och praxis (prop. 1962: 10 s. B 57; jfr Brottsbalken I s. 27). Uppsåtet skall täcka samtliga de objektiva rekvisiten i resp. paragraf.

Gärningsman enligt 2 § är i första hand näringsidkare. Är näringsidkaren fysisk person drabbar ansvaret honom. Är näringsidkaren juridisk person får med ledning av allmänna principer utväljas det ansvariga subjektet inom den juridiska personen (jfr *Thornstedt: Om företagaransvar*, Stockholm 1948).

Om flera medverkat till brott skall enligt 8 § de allmänna medverkansreglerna i 23 kap. BrB tillämpas. Detta innebär bl. a. att när som i 2 § huvudgärningsmannen är ett specialsubjekt, nämligen näringsidkare, föreligger möjligheter till strafflindring eller straffbefrielse för medverkande. Se härom kommentaren till 8 §.

Emellertid kan framställningar, som avses i 2 §, också användas självständigt av sammanslutning av näringsidkare eller av den som är anställd hos eller fullgör uppdrag för näringsidkare. Dessa är då ansvariga enligt 2 § tredje stycket.

Även med begränsningen till uppsåtliga förfaranden är det uppenbart att straffansvaret enligt 2 § till följd av de objektiva rekvisitens generella utformning sträcker sig ganska långt. Även från allmän synpunkt tämligen harmlösa brott täcks formellt av paragrafens rekvisit. För att undvika åtal i de från allmän synpunkt ointressanta fallen föreskrivs att om brott mot 2 § är att anse som ringa skall ej dömas till ansvar. I vilka fall brottet skall anses som ringa får bedömas utifrån samtliga föreliggande omständigheter, såsom i vilket sammanhang framställningen används, nivån av omdöme och erfarenhet hos den eller dem till vilka framställningen riktar sig, i hur hög grad framställningen bedöms som vilseledande eller otillbörlig enligt 2 § andra stycket etc.

För försök till gärning, som avses i 3 § första stycket första punkten, dömes enligt 7 § andra stycket till ansvar enligt vad i 23 kap. BrB stadgas. Straffbart är alltså att försöka bereda sig tillgång till företagshemlighet på otillbörligt sätt.

Hänvisningen avser i första hand 23 kap. 1 § första stycket BrB. Där stadgas att om någon påbörjat utförandet av visst brott utan att detta kommit till fullbordan, skall han dömas för försök till brottet, såframt fara föreläggat att handlingen skulle leda till brottets fullbordan eller sådan fara endast på grund av tillfälliga omständigheter varit utesluten. Beträffande

tolkningen av detta stadgande hänvisas till prop. 1962:10 s. B 309 (jfr Brottsbalken II s. 546).

Enligt 23 kap. 1 § andra stycket BrB skall straff för försök bestämmas högst till vad som gäller för fullbordat brott.

I 23 kap. 3 § BrB stadgas att ansvar för försök till brott ej skall ådömas den som frivilligt genom att avbryta gärningens utförande eller annorledes, föranlett att brottet ej fullbordats (jfr Brottsbalken II s. 561).

Beskrivningen av vilseledande reklam i 2 § första stycket sammanfaller delvis med beskrivningen av svindleri i 9 kap. 9 § BrB. Enligt dess första stycke är det svindleri att offentliggöra eller eljest bland allmänheten sprida vilseledande uppgift för att påverka priset på vara, värdepapper eller annan egendom. Enligt andra stycket är det svindleri om någon, som medverkar vid bildande av aktiebolag eller annat företag eller på grund av sin ställning bör äga särskild kännedom om ett företag, uppsåtligen eller av grov oaktsamhet offentliggör eller eljest bland allmänheten sprider vilseledande uppgift ägnad att påverka bedömandet av företaget i ekonomiskt hänseende och därigenom medföra skada. Straffet för svindleri är fängelse i högst två år eller, om brottet är ringa, böter. Är brottet att anse som grovt, är straffet fängelse lägst sex månader och högst fyra år. Enligt 7 § tredje stycket skall straff för vilseledande reklam inte ådömas den, vars gärning är att bedöma som svindleri.

Gränsen mellan försök till bedrägeri och brott mot 2 § första stycket kan stundom vara flytande. Att uppsåtligen medelst vilseledande förmå någon till handling eller underlåtenhet, som innebär vinning för gärningsmannen och skada för den vilseledde är bedrägeri. Utmärkande för försök till bedrägeri är att gärningen är inriktad på fullbordat bedrägeri men att händelseförloppet avbrutits eller tagit annan riktning än den avsedda. Brott mot 2 § första stycket utmärks därav att man uppsåtligen använder oriktig eller vilseledande framställning, som är ägnad att påverka efterfrågan på eller utbudet av vara, tjänst eller annan nyttighet. Försök till bedrägeri är alltså försök till ett effektbrott, medan brott mot 2 § första stycket är ett farebrott. Inget hindrar emellertid att en och samma gärning kan innefatta såväl bedrägeri som brott mot 2 § första stycket.

Företagsspioneri samt missbruk av företagshemlighet, teknisk förebild och teknisk föreskrift kan vara trolöshet mot huvudman enligt 10 kap. 5 § BrB. Trolöshet mot huvudman innebär att någon, som på grund av förtroendeställning fått att för annan sköta ekonomisk angelägenhet eller öva tillsyn å skötseln därav, missbrukar sin behörighet att företräda huvudmannen eller eljest sin förtroendeställning och därigenom skadar huvudmannen. Straffet för trolöshet mot huvudman är böter eller fängelse i högst två år. Om brottet är grovt, är straffet fängelse lägst sex månader och högst sex år. Enligt föreskrift i 7 § tredje stycket skall ej dömas till ansvar enligt 3

eller 4 § och 7 § första stycket om gärningen är att bedöma som trolöshet mot huvudman. Men består trolösheten mot huvudman av en i 3 eller 4 § beskriven gärning, kan detta medföra att trolösheten blir att anse som grov.

Bestickning och tagande av muta såvitt gäller tjänsteman i allmän tjänst bestraffas enligt 17 kap. 7 § resp. 20 kap. 2 § BrB. Straffet för bestickning är i BrB böter eller fängelse i högst två år. Straffet för tagande av muta eller av otillbörlig belöning är suspension eller avsättning; om skäl är därtill, skall tillika dömas till fängelse i högst två år. Därjämte finns särskilda straffskalor för ringa och grova fall. Bestickning och tagande av muta enligt 5 § i förslaget till lag om otillbörlig konkurrens kan samtidigt vara brott mot 17 kap. 7 § resp. 20 kap. 2 § BrB. I så fall skall gärningen enligt föreskrift i 7 § tredje stycket bedömas enbart enligt BrB.

8 §

Enligt 23 kap. 4 § BrB skall ansvar som i BrB är stadgat för viss gärning ådömas ej blott den som utfört gärningen utan jämväl annan som främjat denna med råd eller dåd. Den som ej är att anse såsom gärningsman dömes, om han förmått annan till utförandet, för anstiftan av brottet och eljest för medhjälp därtill. Varje medverkande bedöms efter det uppsåt eller den oaktsamhet som ligger honom till last. Ansvar som är stadgat för gärning av syssloman, gäldenär eller annan i särskild ställning drabbar även den som medverkat till gärningen.

Har någon förmåtts medverka till brott genom tvång, svek eller missbruk av hans ungdom, oförstånd eller beroende ställning eller ock medverkat allenast i mindre mån, må enligt 23 kap. 5 § BrB straffet för honom sättas under vad för brottet eljest är stadgat. I ringa fall skall ej dömas till ansvar. Detsamma skall gälla då fråga är att ansvar som är stadgat för någon i särskild ställning skall ådömas annan medverkande.

Dessa medverkansregler gäller enligt uttryckligt stadgande bara BrB. I vad mån de är tillämpliga inom specialstraffrätten är i viss mån oklart (jfr Brottsbalken II s. 583). I den föreslagna lagen om otillbörlig konkurrens är emellertid i 8 § föreskrivet att om flera medverkat till brott mot denna lag, gäller vad i 23 kap. BrB är stadgat.

Hänvisningen till de allmänna reglerna i BrB är av särskilt intresse i fråga om 2 §. Gärningsman är där i första hand näringsidkare. Näringsidkare är ett sådant specialsubjekt, som avses med orden »syssloman, gäldenär eller annan i särskild ställning» i 23 kap. 4 § BrB. Detta innebär att stadgandet i 23 kap. 5 § BrB om strafflindring eller straffrihet för medverkande till specialsubjekt är tillämpligt. Så snart en oriktig, vilseledande eller enligt 2 § andra stycket otillbörlig framställning ytterst emanerar från näringsidkaren själv eller denne på ett eller annat sätt deltagit i utformningen av framställningen, skall frågan om anställdas och andra medverkandes ansvar lösas enligt de allmänna reglerna i BrB. I de fall där de anställda handlar enligt nä-

ringsidkarens instruktion eller order, torde de som regel med stöd av 23 kap. 5 § BrB inte böra ställas till ansvar. Reklam utarbetas ofta av en reklam- eller annonsbyrå efter instruktion av uppdragsgivaren och torde regelmässigt inte publiceras förrän efter uppdragsgivarens godkännande. Används uppsåtliga reklam, som befinnes vara i strid mot 2 §, torde uppdragsgivaren böra betraktas såsom gärningsman. Huruvida även byrån skall bära ansvar får bero på graden och arten av dess medverkan.

I detta sammanhang må också erinras om stadgandet i 24 kap. 6 § BrB, där det sägs att gärning som någon begått på befallning av den under vars lydnad han står ej skall medföra ansvar för honom, om han med hänsyn till lydtnadsförhållandets art, gärningens beskaffenhet och omständigheterna i övrigt hade att efterkomma befallningen. Beträffande tolkningen av detta stadgande hänvisas till prop. 1962: 10 s. B 338 och 482 samt C 220 (jfr Brottsbalken II s. 619).

De allmänna medverkansreglerna är enligt 8 § tillämpliga även i fråga om sådana gärningar, som beskrivs i 3 och 4 §§. Enligt 3 § tredje stycket och 4 § andra stycket kan tredje man straffas om han obehörigen använder eller ger annan del av företagshemlighet resp. teknisk förebild eller teknisk föreskrift, som han fått tillgång till genom att annan, honom vederligen, handlat i strid mot 3 § första eller andra stycket resp. 4 § första stycket. Tredje mans självständiga ansvar hindrar inte att han samtidigt kan dömas till ansvar för anstiftan av eller medverkan till de gärningar, som beskrivs i de tidigare styckena.

Beträffande medverkansreglernas tillämpning vid bestickning och tagande av muta bör framhållas att den medverkan till tagande av muta, som bestickning innebär, och den medverkan till bestickning, som tagande av muta innebär, inte skall föranleda särskilt ansvar.

9 §

I 9 § första stycket stadgas att den som överträder med stöd av 6 § meddelat förbud eller gör sig skyldig till brott mot lagen om otillbörlig konkurrens skall ersätta uppkommen skada.

För att skadeståndsskyldighet skall inträda fordras alltså att överträdelse skett av förbud, som meddelats enligt 6 §, eller att någon handlat uppsåtligt i strid mot 2, 3, 4 eller 5 §. Ett icke uppsåtligt handlande mot lagen är därmed inte skadeståndgrundande. Skälen härtill har utvecklats i avsnittet om förbud, straff och skadestånd.

Talan om skadestånd kan föras antingen i samband med talan om utdömande av vite eller i samband med åtal. Skadeståndstalan kan emellertid också föras i den för tvistemål stadgade ordningen. För bifall till en sådan talan skall alla objektiva och subjektiva rekvisit för utdömande av vite eller straff i princip vara uppfyllda. Helt sammanfaller dock inte förutsättningarna för utdömande av straff och skadestånd. Enligt 6 kap. SL, som inte

upphävt vid införandet av BrB, kan nämligen i vissa fall skadestånd utdömas även om straff eller annan påföljd inte kommer i fråga. I 6 kap. 6 § SL stadgas sålunda att om skada är gjord av någon som ej fyllt femton år eller som är själsligt otillräknelig är han ändå pliktig att ersätta skadan, om och i den mån det med hänsyn till hans sinnesart, gärningens beskaffenhet och omständigheterna i övrigt må anses skäligt. Och enligt 6 kap. 7 § SL kan skadestånd utdömas även om påföljd för brottet bortfallit till följd av preskription.

Näringsidkare, som lidit skada på det sättet, att omsättningen påverkats genom ett uppsåtligt brott mot 2 § eller genom att någon överträtt ett enligt 6 § meddelat förbud att använda sådan framställning, som avses i 2 §, kan få skadestånd jämlikt 9 §. Förutsättning för skadestånd är givetvis att det föreligger sådant orsakssammanhang mellan gärningen och skadan som enligt allmänna regler fordras för ersättning. Eftersom många skiftande och från varandra svårskiljbara faktorer påverkar omsättningen i näringslivet, torde det ofta vara svårt att styrka kausalitet mellan den brottsliga handlingen och minskning eller utebliven ökning i annan näringsidkares omsättning.

En konsument eller näringsidkare, vars handlande *direkt* influerats av en oriktig eller vilseledande framställning, kan däremot inte tillerkännas skadestånd enligt 9 §. Konsumenters och näringsidkares intresse av att inte förledas till skadebringande konkreta dispositioner i form av exempelvis ofördelaktiga köp eller försäljningar skyddas nämligen inte av 2 § utan av stadgandena om bedrägeri och annan oredlighet i BrB. Inte heller kan en näringsidkare, som känner sig personligen kränkt av en enligt 2 § andra stycket otillbörlig framställning, tillerkännas skadestånd för personlighetskränkningen med stöd av denna paragraf. Skydd mot ärekränkning vinnns genom BrB:s ärekränkingsstadganden.

Det intresse, som man vill skydda med 1 §, är nära besläktat med det, som man avser med 2 §, nämligen det allmänna intresset av att omsättningen i näringslivet inte påverkas av ohederliga marknadsföringsmetoder och andra ohederliga konkurrensåtgärder. Har med stöd av 6 § meddelat förbud mot viss konkurrensåtgärd överträtts, är det alltså även här den vars omsättning ofördelaktigt påverkats av överträdelsen som är berättigad till skadestånd; om han lyckas med den vanskliga uppgiften att visa orsakssambandet mellan överträdelsen och omsättningsminskningen. Inte heller här kan den som direkt förmåtts till en för honom förlustbringande disposition genom överträdelsen av förbudet få skadestånd med stöd av denna paragraf. Regelmässigt torde han emellertid skyddas av BrB:s stadganden om bedrägeri och annan oredlighet.

Med 3 och 4 §§ avses att skydda näringsidkare mot att andra på otillbörligt sätt bereder sig tillgång till eller missbrukar deras företagshemligheter eller missbrukar deras tekniska förebilder eller tekniska föreskrifter. Be-

rättigade till skadestånd enligt 9 § vid uppsåtliga brott mot 3 och 4 §§ är därför de näringsidkare, vars företagshemligheter, tekniska förebilder eller tekniska föreskrifter obehörigen använts eller yppats.

Värderingen bakom 5 § är väsentligen den att bestickning och tagande av muta i näringslivet bör motverkas av rättsordningen. Skadeståndsberättigade enligt 9 § är — under förutsättning av kausalitet mellan den brottsliga gärningen och liden skada — näringsidkare, vilkas verksamhet påverkas negativt genom gärningen. Till de sålunda skadeståndsberättigade hör också den bestucknes arbetsgivare eller huvudman. För dennes del torde situationen emellertid ofta vara den, att muttagaren till följd av bestickningen skadar honom genom missbruk av sin förtroendeställning. Yrkande om skadestånd torde då i regel kunna grundas på att vederbörande gjort sig skyldig till trolöshet mot huvudman (10 kap. 5 § BrB).

Har det bevisats att skada lidits och att skadeståndsgrundande orsakssammanhang mellan påtalad gärning och skadan föreligger, kan domstol utdöma skäligt skadestånd, även om skadans storlek inte kan styrkas. Enligt 35 kap. 5 § RB äger domstol nämligen, om fråga är om uppskattning av inträffad skada och full bevisning därom inte alls eller endast med svårighet kan föras, uppskatta skadan till skäligt belopp.

I fråga om principalansvar, dvs. arbetsgivares skadeståndsansvar för skadeståndsgrundande handlingar av anställda, bör allmänna skadeståndsrättsliga grundsatser tillämpas. Såvitt gäller ohederliga marknadsföringsmetoder och vilseledande reklam torde omständigheterna ofta vara sådana att man bör ålägga arbetsgivaren, i regel en juridisk person, skadeståndsskyldighet (jfr exempelvis NJA 1962 s. 31, där ett företag ålagts ersättningskyldighet för en ärekränkande kreditupplysning, som utarbetats och expedierats av anställda i företaget).

Enligt 9 § andra stycket får talan om skadestånd avse skada endast under de senaste fem åren innan talan väcktes. För skada under tid dessförinnan är rätten till ersättning förlorad. Samma regel återfinns i varumärkeslagen och i förslagen till patent- och mönsterlag samt i det väntade förslaget till ny firmalag.

Skälen till att regeln föreslås gälla även för lagen om otillbörlig konkurrens är följande.

Om inget annat stadgas är preskriptionstiden 10 år. En så lång preskriptionstid har inte ansetts lämplig i de fall, som här är i fråga. Den skadedrabade är i regel näringsidkare och av dessa fordras i olika sammanhang, exempelvis i deras egenskap av köpmän i köplagens mening, en snabbare reaktion än av andra i ekonomiska angelägenheter. Från allmän synpunkt har det också ansetts vara önskvärt att skadeståndsanspråk i dessa fall inte hålls svävande i alltför lång tid.

Nu anförda omständigheter kunde i och för sig motivera att preskrip-

tionstiden i IKL, två år från det skadan timade, bibehölls. Då emellertid en femårig preskriptionstid genomförts på närliggande rättsområden och då denna tid syntts rimlig även i de fall, som nu är i fråga, har utredningen valt att föreslå samma tid här.

Handlingar, som är brottsliga enligt lagen om otillbörlig konkurrens, förlöper ofta — liksom intrång i immaterialrättsliga ensamrätter — under lång tid. Av sådana handlingar förorsakade skador uppkommer i båda fallen inte alltid omedelbart då handlingen påbörjas utan visar sig successivt medan den fortsätter. Det händer exempelvis att en vilseledande reklamkampanj inte verkar omedelbart på andra näringsidkares omsättning utan först så småningom, allteftersom allt fler »adressater» nås av framställningen. Att skadeverkan är fördröjd är särskilt påfallande vid brott mot 3 och 4 §§. Att någon bereder sig tillgång till en företagshemlighet medför ingen omedelbar konkret skada. Först när hemligheten nyttjas i näringsverksamhet uppkommer fortlöpande skada för den till hemligheten berättigade. På samma sätt är det med missbruk av företagshemlighet enligt 3 § andra och tredje styckena samt missbruk av teknisk förebild eller teknisk föreskrift enligt 4 §. Även vid brott mot 5 § kan skada, särskilt tredjemansskada som här är mest aktuell, uppkomma mer eller mindre lång tid efter den brottsliga handlingen.

Preskription av skadeståndsanspråk vid skada till följd av överträdelse av lagen om otillbörlig konkurrens har därför, liksom vid skada genom överträdelse av de immaterialrättsliga ensamrättslagarna, ansetts böra löpa från tiden när skadan visar sig.

Preskriptionsavbrott sker genom att talan om skadestånd väcks vid domstol. Preskriptionen avbryts vare sig talan anhängiggörs i form av tvistemål eller såsom enskilt anspråk i brottmål. I sistnämnda fall kan talan enligt 45 kap. 5 § andra stycket RB väckas utan stämning.

10 §

I 10 § ges regler om vem som äger föra talan om överträdelse av lagen om otillbörlig konkurrens.

10 § första stycket avser förbudstalan enligt 6 §. Sådan talan får föras av myndighet som Konungen bestämmer samt av var och en som lider förfång av åtgärden eller framställningen ävensom av sammanslutning av konsumenter eller löntagare eller sammanslutning av näringsidkare.

I avsnittet om taleregler ovan har utredningen angivit skälen till att reglerna utformats på detta sätt. Där har utredningen också anfört några synpunkter på frågan om vilken myndighet, som bör anförtros uppgiften att föra förbudstalan.

Att var och en som lider förfång av åtgärden eller framställningen har rätt att föra talan om förbud överensstämmer med vad som gäller i fråga

om förbudstalan vid vilseledande användning av kännetecken enligt 35 § varumärkeslagen.

Exempel på sammanslutningar av näringsidkare samt sammanslutningar av konsumenter och löntagare är de organisationer, som är huvudmän i Näringslivets Opinionsnämnd (jfr *Bilaga 3* s. 353).

Såsom angetts i motiven till 6 § gäller särskilda processuella föreskrifter vid talan av myndighet eller organisation.

Den som uppsåtligen bryter mot 2—5 §§ dömes enligt 7 § första stycket till straff. Brotten faller under allmänt åtal, vilket innebär att talan förs av allmän åklagare. Har målsägande anmält brottet till åtal och har åklagaren beslutat att åtal ej skall äga rum, får målsäganden enligt 20 kap. 8 § RB själv väcka åtal.

Om brottet avser 2 § har enligt 10 § andra stycket också den av Konungen utsedda myndigheten samt sammanslutning av konsumenter eller löntagare och sammanslutning av näringsidkare åtalsrätt. Även denna åtalsrätt är subsidiär till åklagarens. Därför anges i 10 § andra stycket att vad i 20 kap. 8 § RB är stadgat skall iakttas.

Brott mot 3 eller 4 § får enligt 10 § tredje stycket åtalas av åklagare endast om målsägande angivit brottet till åtal.

11 §

I 11 § ges vissa föreskrifter med stöd av vilka fortsatt missbruk av vilseledande och andra enligt 2 § otillåtna framställningar kan förebyggas. Motsvarande föreskrifter ges i 36 § varumärkeslagen såvitt gäller vilseledande varukännetecken.

Har brott begåtts mot 2 § eller har förbud, som meddelats med stöd av 2 §, överträtts, äger rätten enligt 11 § första stycket efter vad som finnes skäligen förordna att oriktig eller vilseledande eller enligt 2 § andra stycket otillbörlig framställning, som är anbragt på vara eller förpackning eller innehålles i reklamtryck, affärshandling e. dyl., skall utplånas eller ändras så att missbruk därav inte kan ske. Kan sådan åtgärd inte göras på annat sätt, äger rätten förordna att egendomen skall förstöras.

Förordnande enligt 11 § första stycket kan ges endast om någon uppsåtligen brutit mot 2 § eller om överträdelse skett av vitesförbud, som meddelats med stöd av 2 §. Är fråga om att enligt 6 § meddela förbud mot att använda framställning, som avses i 2 §, kan förordnande enligt 11 § första stycket inte ges.

Om brott begåtts eller vitesförbud överträtts behövs däremot inget yrkande av part, utan frågan om tillämpning av 11 § första stycket skall prövas av domstolen ex officio. Vid denna prövning får domstolen ta hänsyn till skilda faktorer, såsom angelägenheten av att hindra fortsatt missbruk, kostnaden för att vidta åtgärden och den ekonomiska förlusten för den som

drabbas av åtgärden. Åtgärden kan också avse föremål, som ännu inte kommit till användning vid överträdelse av 2 §.

Genom anslutning till Madridöverenskommelsen angående undertryckande av oriktiga ursprungsbeteckningar på handelsvaror har vårt land åtagit sig att verka för att sådana beteckningar motarbetas. Förordnande enligt 11 § första stycket bör därför alltid ges då fråga är om oriktig geografisk ursprungsbeteckning.

Enligt 11 § andra stycket får i avbidan på förordnande som i första stycket sägs egendom, som där avses, tas i beslag. Föreskrifterna om beslag i brottmål i allmänhet skall därvid tillämpas. Dessa föreskrifter finns i 27 kap. RB.

12 §

Företagshemligheter, som avses i 3 § i utredningens förslag, är ofta materialiserade i en förebild, föreskrift eller annan handling. Bereder sig någon tillgång till företagshemlighet genom att stjäla eller på annat orättmätigt sätt tillskansa sig en sådan handling, torde domstol enligt allmänna regler kunna förordna att handlingen skall återlämnas till målsäganden.

Ett obehörigt användande eller yppande av företagshemlighet kan ske genom brottsligt förfarande med handling, som konkretiserar hemligheten. Även i sådana fall torde handlingen enligt allmänna regler kunna tvångsvis återställas till den berättigade.

Men bereder sig någon tillgång till en företagshemlighet genom att utan tillstånd fotografera eller på annat sätt kopiera en förebild, föreskrift eller annan handling, eller missbrukar någon en företagshemlighet med hjälp av en efterbildning av en originalhandling, vilken vederbörande själv gjort eller låtit göra — ett i dessa sammanhang vanligt förfarande — är det inte säkert att den brottslige enligt allmänna regler kan tvingas överlämna kopian till målsäganden.

Tekniska förebilder och tekniska föreskrifter, som avses i 4 §, är alltid konkreta föremål i form av ritningar, beskrivningar e. dyl. Under förutsättning att förebilderna eller föreskrifterna är anförtrodda någon för vissa ändamål, kan uppsåtligt missbruk av dem beivras med stöd av 4 och 7 §§. Då själva överlämnandet enligt förutsättningen skett på korrekt sätt, kan det vara tveksamt om ett efterföljande missbruk av dem enligt allmänna regler grundar en ovillkorlig rätt för överlämnaren att få tillbaka dem.

Även då det gäller tekniska förebilder och tekniska föreskrifter torde det som missbrukas ofta vara kopior av anförtrodda handlingar. Det kan vara oklart om missbrukaren enligt allmänna regler kan tvingas överlämna sådana kopior till målsäganden.

Eftersom man med stöd av allmänna regler inte med säkerhet kan tillgodose målsägandens berättigade intresse av att få tillgång till material, som obehörigen anskaffats, använts, yppats eller delgivits annan, stadgas i 12 §

första stycket att rätten vid brott mot 3 eller 4 § äger förordna att missbrukad förebild, föreskrift eller annan handling eller efterbildning därav skall överlämnas till målsäganden. Sådant förordnande kan ges endast om målsäganden framställt yrkande härom.

Enligt 12 § andra stycket får egendom, som avses i första stycket, tas i beslag i avbidan på förordnande som i första stycket sägs. Föreskrifterna om beslag i brottmål i allmänhet i 27 kap. BrB skall därvid tillämpas.

13 §

Vid brott mot 5 § skall enligt 13 § lämnad eller mottagen muta eller annan otillbörlig förmån eller otillbörlig belöning förklaras förverkad till kronan. Därvid skall föreskrifterna i 36 kap. BrB äga tillämpning.

Reglerna för förverkande av muta, otillbörlig förmån eller otillbörlig belöning enligt lagen om otillbörlig konkurrens är alltså helt överensstämmande med reglerna för förverkande av muta eller annan otillbörlig belöning enligt BrB.

Lagens ikraftträdande m.m.

Utredningen anser det angeläget att den föreslagna lagen om otillbörlig konkurrens genomförs utan dröjsmål. Utredningen föreslår att lagen träder i kraft senast den 1 juli 1968.

Förordnande för viss myndighet att enligt 10 § första och andra styckena föra talan om förbud och ansvar synes böra meddelas innan den föreslagna lagen träder i kraft. Sådant förordnande torde kunna meddelas utan särskilt bemyndigande.

Eftersom den föreslagna lagen om otillbörlig konkurrens praktiskt taget helt ersätter IKL, bör IKL upphävas. Undantag måste dock göras för vad som i IKL är stadgat om illojal användning av kännetecken. Här avses i första hand 9 § IKL men också 10, 11 och 13 §§ IKL, i den mån dessa paragrafer hänvisar till eller har betydelse för 9 § IKL. Anledningen till att bestämmelserna om illojal användning av kännetecken inte kan upphävas är att de — såsom angivits i avsnittet om otillbörlig efterbildning i kap. VII — fortfarande kan ha viss betydelse när det gäller fall av firmaefterbildning. Emellertid kommer firmautredningen enligt vad som inhämtats att föreslå att 9 § IKL och därtill anknutna bestämmelser i IKL upphävs. Firmautredningens betänkande med förslag till ny firmalag väntas bli framlagt under 1967.

Om ansvar för gärning, som begåtts innan ny lag trätt i kraft, och om tillämplig lag i sådant fall stadgas i 5 § lagen om införande av BrB. Någon särskild föreskrift i dessa frågor behövs därför inte, när IKL upphävs och ersätts med ny lag.

Utredningen föreslår att lagen den 4 juni 1913 angående förbud mot in-

försel till riket av varor med oriktig ursprungsbeteckning och lagen den 9 oktober 1914 angående förbud i vissa fall mot varors förseende med oriktig ursprungsbeteckning och saluhållande av oriktigt märkta varor samt den till dessa lagar anknutna kungörelsen den 22 maj 1953 (nr 320) angående skydd för vissa utländska ursprungsbeteckningar upphävs i samband med att den föreslagna lagen om otillbörlig konkurrens införs. Skälen härtill har utvecklats i kap. VIII om oriktiga geografiska ursprungsbeteckningar.

Då det gäller vara som ankommer till riket innan den nya lagen träder i kraft, torde fråga om beslag på varan enligt 1913 års lag böra prövas enligt 1913 års lag, även om denna upphört att gälla vid tidpunkten för prövningen. Detta är i överensstämmelse med praxis vid tillämpningen av andra författningar med importförbud. Undantag får dock göras i fråga om straffavgift enligt 8 § i 1913 års lag. Straffavgift är närmast jämförbar med den allmänna straffpåföljden böter. Därför bör principerna i 5 § i lagen om införande av BrB äga motsvarande tillämpning i fråga om straffavgiften. Detta innebär att föreläggande om straffavgift inte får meddelas efter det att 1913 års lag upphört att gälla.

I ett särskilt förslag till lag om ändrad lydelse av 9 kap. 8 § BrB föreslår utredningen att 9 kap. 8 § andra punkten BrB upphävs. Anledningen är — såsom utvecklats i kap. IV om vilseledande reklam m. m. — att detta stadgande avses att helt täckas av det föreslagna stadgandet om vilseledande reklam.

Sammanfattning

Näringspolitiken i vårt land präglas av uppfattningen att marknadshushållning med obunden konkurrens är ett effektivt sätt att främja ekonomiskt framåtskridande. Denna syn på konkurrensen har kommit till uttryck också i lagstiftningen. Den centrala författningen är konkurrensbegränsningslagen, i vars 1 § det anges att lagens syfte är att främja en ur allmän synpunkt önskvärd konkurrens i näringslivet.

Denna grundsyn på konkurrensfrågorna, »konkurrensklimatet», har varit en utgångspunkt för utredningen i dess arbete att revidera lagen med vissa bestämmelser mot illojal konkurrens från 1931 (IKL). Utredningen har sett som sin uppgift att komplettera konkurrensbegränsningslagens regelsystem med bestämmelser som gör det möjligt att på ett ändamålsenligt sätt motverka ohederliga och andra från etisk-moralisk synpunkt klandervärda konkurrenshandlingar. Som sammanfattande beteckning på sådana handlingar föreslår utredningen termen *otillbörlig konkurrens*.

En lag om otillbörlig konkurrens måste tillgodose både näringslivets och konsumenternas intressen. I regel föreligger ingen motsättning mellan dessa. Då det gäller reklam och marknadsföring är det således ett gemensamt intresse för näringslivet och konsumenterna, liksom för samhället i stort, att det finns rättsliga normer mot vilseledande och ohederliga förfaranden.

Under de senaste 30 åren har vid sidan av det rättsliga normsystemet framvuxit ett *utomrättsligt normsystem*, främst manifesterat i Internationella Handelskammarens Grundregler för god reklam, vilka i början av 1967 kommer att ersättas av nya Grundregler för reklam. Detta normsystem handhas i Sverige av Näringslivets Opinionsnämnd, ett organ i vilket näringslivet och konsumenterna är allsidigt representerade. Utredningen anser att de rättsliga och utomrättsliga normsystemen bör vara väl samstämda, men att det kan vara lämpligt att det utomrättsliga ger möjlighet till ingripanden i något vidsträcktare omfattning än det rättsliga.

Utredningsarbetet har bedrivits i *nordisk samverkan* med kommittéer i Danmark, Finland och Norge, vilka haft i uppdrag att revidera dessa länders lagar om otillbörlig konkurrens. Lagarna är för närvarande ganska olika till innehåll och form. Som ett resultat av kommittéernas arbete föreligger nu i väsentliga avseenden enhetliga förslag till nya lagar i ämnet.

Utöver strävan till nordisk enhetlighet har kommittéerna väglett av en önskan att utforma lagarna på ett sådant sätt att en eventuell framtida har-

monisering av lagstiftning och rättstillämpning på detta område på *ett större internationellt plan* inte försvåras.

Utredningens förslag omfattar en allmän bestämmelse, en s. k. generalklausul (1 §), samt särskilda stadganden om vilseledande reklam m. m. (2 §), om företagsspioneri och missbruk av företagshemlighet m. m. (3 och 4 §§) och om bestickning i näringsverksamhet m. m. (5 §). I den avslutande delen av förslaget finns föreskrifter om sanktioner vid lagöverträdelse (6—9 §§), om talerätt (10 §), om åtgärder till förebyggande av fortsatt lagöverträdelse (11 och 12 §§) och om förverkande av muta (13 §). Under utredningsarbetet har de i 2—5 §§ berörda frågorna behandlats först, varefter man bedömt andra typfall av konkurrensåtgärder, för vilka särskilda lagstiftningsåtgärder kunde ifrågasättas. Dessa överväganden har resulterat i 1 §. Denna arbetsmetod återspeglas i betänkandets disposition.

Vilseledande reklam m. m.

Det från praktiska och allmänna samhällssynpunkter centrala stadgandet i förslaget är 2 § om vilseledande reklam m. m., som behandlas i kap. IV.

Gällande rätts stadgande mot s. k. illojal reklam (1 § IKL) innehåller många begränsningar. Bestämmelsen tar endast sikte på oriktiga uppgifter om eget företag eller egna varor eller prestationer. Uppgifterna skall vara lämnade i meddelande för ett större antal personer. För att man skall kunna ingripa krävs vidare att uppgifterna är ägnade att framkalla uppfattningen om ett fördelaktigt anbud, att förfarandet står i uppenbar strid mot god affärssed och att den som lämnade uppgifterna hade eller borde haft vetskap om deras oriktighet. Dessa begränsningar gör att stadgandet är föga tjänligt som medel att motarbeta otillbörlig konkurrens.

Det grundläggande krav, som man enligt utredningens uppfattning måste ställa på all kommersiell reklam, skriftlig som muntlig, är att den är *vederhäftig*. Mot ovederhäftig reklam som är ägnad att påverka dem som tar del därav bör man kunna ingripa med rättsliga medel. Kravet på vederhäftighet uttrycks i förslaget med att man inte får använda *oriktig eller vilseledande framställning*, som är ägnad att påverka efterfrågan på vara, tjänst eller annan nyttighet.

Även om man med reklam normalt söker skapa ett positivt intryck av det egna företaget eller de produkter man vill sälja, kan man verka för avsättning av egna produkter genom att skapa ett negativt intryck av konkurren-
renters varor och tjänster. Förslaget är därför tillämpligt på ovederhäftiga framställningar, oavsett om de anknyter till det egna företaget eller den egna produkten eller till andras företag eller produkter. Särskilt betydelsefullt är detta då det gäller bedömning av reklam, i vilken olika varor jämförs med varandra.

Samma vederhäftighetsanspråk som på reklam i sedvanlig mening ställs enligt förslaget på andra säljåtgärder, såsom muntlig försäljning och försäljning genom personligt utformade säljbrev.

Reklam är i regel och andra säljåtgärder alltid riktade »framåt» mot återförsäljare och andra näringsidkare i senare försäljningsled eller mot konsumenter. Men näringsidkare konkurrerar också i verksamhet »bakåt» mot säljare och leverantörer, tillhandahållare av råvaror, arbetskraft, krediter, lokaler och andra nyttigheter. Och konkurrensen tar sig också uttryck i sådan utåtriktad verksamhet, som inte omedelbart avser vare sig avsättning eller förvärv utan helt allmänt syftar till att ge företaget good-will, public relation-verksamhet. Utredningens förslag gör det möjligt att ingripa mot ovederhäftiga framställningar i alla dessa fall, under förutsättning att framställningen är ägnad att påverka handlandet hos de personer till vilka den riktas. I lagtexten uttrycks detta med att framställningen skall vara *ägnad att påverka efterfrågan på eller utbudet av vara, tjänst eller annan nyttighet.*

Med ett så utformat stadgande fångar man in det allra mesta av vad som från allmän synpunkt måste anses som otillbörlig reklam i vidsträckt mening. All erfarenhet och gjorda undersökningar visar nämligen att det övervägande flertalet åtgärder i konkurrensen som anses förkastliga utgörs av framställningar som på ett eller annat sätt är vilseledande.

Utöver stadgandet mot vilseledande framställningar föreslår utredningen också ett stadgande mot ett par andra typer av framställningar. En typ är sådana framställningar, *som på grund av sin utformning är otillbörliga gentemot annan näringsidkare.* Att en näringsidkare lämnar uppgifter som är ofördelaktiga för annan näringsidkare kan vara försvarligt. Man bör exempelvis få lämna vederhäftiga uppgifter om en konkurrentvaras bristande funktionsduglighet utan att riskera rättsligt ingripande. Och att i korrekta former varna för en konkurrent, som i sin verksamhet ådagalagt att han saknar vilja eller förmåga att sköta den på ett tillfredsställande sätt, bör inte vara angripbart med rättsliga medel. Men det har bedömts vara ett allmänt intresse att man kan ingripa mot framställningar, som är chikanösa, kränkande, sårande eller eljest otillbörliga i sin utformning och som är ägnade att påverka omsättningen av varor och tjänster.

En annan typ av enligt förslaget angripbara framställningar är sådana som *genom att de angår ovidkommande förhållande är otillbörliga mot annan näringsidkare.* Här syftas på att man lämnar uppgifter om vederbörandes ras, religion, religiösa uppfattning e. dyl., vilka är för hans näringsverksamhet helt ovidkommande men ägnade att påverka konsumenters och andras benägenhet att göra affärer med honom. Det måste bedömas vara ett allmänt intresse att söka stävja att bestående aversioner och fördomar av detta slag utnyttjas i konkurrensen näringsidkare emellan.

Företagsspioneri och missbruk av företagshemlighet m. m.

Det andra huvudpartiet i utredningens förslag rör företagsspioneri och missbruk av företagshemlighet m. m. och behandlas i 3 och 4 §§ i lagförslaget och i kap. V i betänkandet.

I gällande rätt (3 och 5 §§ IKL) ges vissa möjligheter att ingripa mot anställda, som obehörigen använder eller yppar sin arbetsgivares yrkeshemligheter, mot anställda eller andra, som obehörigen använder eller ger annan del av dem anförtrodda tekniska förebilder, och mot vissa utomstående personer, som missbrukar företagshemligheter eller tekniska förebilder. Utredningen har funnit skäl föreligga att utvidga dessa möjligheter.

Med *företagshemlighet* — en term som motsvarar gällande lags yrkeshemlighet — avses något för visst eller vissa företag egenartat, som inte är allmänt bekant eller känt av ett flertal utomstående. Dess hemlighållande skall vara av inte oväsentlig betydelse för företagets eller företagens näringsverksamhet. Företagshemlighet är oftast konkretiserad i något föremål eller någon handling men kan också finnas som minne eller erfarenhet hos människor. Företagshemligheter kan vara *tekniska* eller *kommersiella*. De tekniska hemligheterna har oftast samband med produktion och kan gälla sådant som kunskap om maskiner, kännedom om förfaranden eller vetenskap om gjorda experiment. De kommersiella hemligheterna berör i regel produktion och marknadsföring och kan gälla sådant som kännedom om inköpskällor eller om planer för produktutveckling. Uppdelningen mellan tekniska och kommersiella hemligheter framstår emellertid många gånger som konstlad och föga ändamålsenlig.

Enligt utredningens förslag får ingen — vare sig han är anställd i eller på annat sätt knuten till vederbörande företag eller utomstående — *på otillbörligt sätt bereda sig tillgång till företagshemlighet*. Exempel på otillbörliga metoder att komma över en hemlighet är att stjäla eller obehörigen kopiera en ritning som är hemlig, att utan tillstånd bereda sig tillträde till annans lokal och där fotografera hemliga handlingar, att uppta hemliga konferenser på inspelningsapparater etc. Den moderna tele- och fototekniken erbjuder rikt varierade hjälpmedel till otillbörliga förfaranden på detta område. Har någon berett sig tillgång till företagshemlighet får han inte använda eller yppa denna. Ansvar för själva tillägnandet kan preskriberas, men ansvaret för utnyttjandet kvarstår enligt detta tillägg.

Anställdas och uppdragstagares skyldigheter gentemot huvudmän går emellertid längre. För dem gäller enligt förslaget ett *generellt förbud* att obehörigen använda eller yppa arbets- resp. uppdragsgivarens företagshemligheter.

Förslaget ger också möjlighet till ingripande mot *missbruk av anförtrodd teknisk förebild eller teknisk föreskrift*. Härmed avses föremål efter eller med ledning av vilket varor kan tillverkas eller tekniska yrkesprestationer utföras. Tekniska förebilder och tekniska föreskrifter är i princip inte hemliga men kan innehålla företagshemligheter. För att ingripande mot missbruk av teknisk förebild eller teknisk föreskrift skall vara möjligt förutsätts att den är anförtrodd vederbörande för utförande av arbete eller för affärsändamål. Ansvarig är *var och en* som blivit anförtrodd den på sätt som nämnts. Om vederbörande är anställd i företaget eller inte är utan betydelse.

Ansvar för missbruk av företagshemlighet, som man berett sig tillgång till på otillbörligt sätt, är enligt förslaget obegränsat till tiden. Detsamma gäller ansvaret för missbruk av anförtrodd teknisk förebild eller teknisk föreskrift, som materialiserar företagshemlighet. Anställdas och uppdragstagares ansvar för företagshemligheter, som de i tjänsten eller i övrigt på korrekt sätt eller av en tillfällighet förvärvat kännedom om och som inte konkretiserats i en anförtrodd teknisk förebild eller teknisk föreskrift, är däremot enligt förslaget begränsat till anställnings- eller uppdragstiden. Med hänsyn till de skiftande förhållanden som i praktiken föreligger i olika individuella situationer och till de delvis motstridiga intressen som här gör sig gällande har utredningen funnit det mera ändamålsenligt att överlåta åt parterna att genom avtal klara av uppkommande problem än att söka lösa dem genom en generell lagregel.

Ansvar för missbruk av företagshemlighet, teknisk förebild eller teknisk föreskrift är enligt förslaget inte begränsat till de närmast berörda på här angivet sätt. Även en *utomstående person*, som använder eller yppar en företagshemlighet, som han vet att någon berett sig tillgång till på otillbörligt sätt eller att en anställd eller uppdragstagare missbrukat under anställnings- eller uppdragstiden, har ansetts böra drabbas av ansvar. En förutsättning är dock att han redan då han fick kännedom om hemligheten visste om det tidigare olovliga förvärvet eller missbruket. Var han då i god tro har han ansetts böra ha rätt att använda eller yppa hemligheten. Ett motsvarande ansvar för tredje man föreslås i fråga om teknisk förebild eller teknisk föreskrift, som tredje man fått tillgång till genom andras missbruk.

Bestickning i näringsverksamhet m. m.

Det tredje huvudavsnittet i utredningens förslag handlar om bestickning i näringsverksamhet m. m., 5 § i lagförslaget och kap. VI i betänkandet.

Den nuvarande lagens stadganden mot bestickning och tagande av muta i näringsverksamhet (6 och 7 §§ IKL) är tämligen restriktivt formulerade. Endast i vissa avtalssituationer och då fråga är om anställda, som sysslar med inköp, kan sålunda bestickning och tagande av muta beivras. Stadgandena i brottsbalken mot bestickning och tagande av muta såvitt gäller anställda i offentlig tjänst är väsentligt mer generellt utformade. Utredningen har funnit att de nuvarande stadgandena i IKL inte är ändamålsenligt utformade.

Enligt utredningens förslag gäller förbudet mot bestickning och tagande av muta *alla anställda* i näringsverksamhet. Med anställda jämställs i dessa avseenden *de som fullgör uppdrag* för näringsidkare. Vidare krävs inte för stadgandets tillämplighet att det föreligger en viss avtalssituation, utan det är tillräckligt att mutan är *ägnad att förmå vederbörande att i tjänsten eller vid uppdragets fullgörande gynna bestickaren eller annan*.

Utredningens förslag omfattar — liksom motsvarande stadganden i brottsbalken — inte bara den situationen att någon *lämnat resp. mottagit* muta

utan redan att *utlova* eller *erbjuda* resp. *låta åt sig utlova* eller *begära* muta är otillåtet. Förslagets och brottsbalkens stadganden överensstämmer också på det sättet att med föregående muta jämförelse *efterföljande otillbörlig belöning*.

Utredningen betonar emellertid att förhållandena inte är fullt jämförbara på den enskilda och på den offentliga sektorn. En inte oväsentlig skillnad mellan offentlig och enskild verksamhet är att det allmänna genom sina tjänstemän ofta utövar en »höghetsfunktion» mot medborgarna, medan anställda i enskild näringsverksamhet väl främst har att tillvarata sin arbetsgivares intressen i konkurrens med andra näringsidkare. En konsekvens av dessa skillnader är att det i offentlig verksamhet aldrig kan tänkas att vetskap hos mottagarens arbetsgivare verkar ansvarsbefriande för givaren och mottagaren av förmåner i och för tjänsten, men att sådan vetskap i enskild verksamhet kan medföra frihet från ansvar. En annan följd av skillnaderna är att man får vara något mindre sträng vid bedömningen av förmåner till anställda i enskild tjänst än till anställda i allmän tjänst. »Muta» och »otillbörlig belöning» bör alltså tolkas något olika i förslaget och i brottsbalken.

Den allmänna bestämmelsen (generalklausulen)

Sedan utredningen sålunda definierat och beskrivit de otillbörliga konkurrensmetoder, som sammanfattats under rubrikerna vilseledande reklam m. m., företagsspioneri och missbruk av företagshemlighet m. m. samt bestickning i näringsverksamhet m. m., har utredningen i kap. VII gjort en inventering av *övriga typfall av konkurrensåtgärder* för att bedöma i vad mån de kan betraktas som otillbörliga.

Utredningen har redovisat de diskuterade typfallen av konkurrensåtgärder under rubrikerna marknadsföringsmetoder, otillbörlig efterbildning, otillbörligt utnyttjande av annans renommé och några andra typfall. För varje grupp har utredningen gjort en rättspolitisk värdering av de däri behandlade typfallen. Värderingen har gett till resultat att vissa typfall ansetts bära motarbetas med rättsliga medel. Sist i kap. VII diskuteras olika rättstekniska möjligheter till ingripande mot de konkurrensåtgärder, som ansetts otillbörliga.

De *marknadsföringsmetoder* som enligt utredningens uppfattning inte bör tolereras kan grupperas och exemplifieras på följande sätt.

Metoder, som innebär ett otillåtet *utnyttjande av allmänhetens godtrogenhet*, exempelvis sådana tilläggserbjudanden, som ger allmänheten en grovt felaktig bild av utbudets förmånlighet, eller sådana trading stamps-system, vilka inte ger konsumenterna någon möjlighet att värdera den förmån, som erbjuds dem.

Metoder, som är *vilseledande* utan att begagna vilseledande framställning, exempelvis förpackningar vars storlek och form missleder kunderna om innehållets kvantitet och egenskaper.

Metoder, genom vilka allmänheten på ett klandervärt sätt utsätts för arrangörernas *godtycke*, exempelvis sådana säljpristävlingar, som är klart otillfredsställande från kontrollsynpunkt.

Metoder, som innefattar ett markant *hasardmoment*, exempelvis sådana säljpristävlingar där insatsens storlek är i hög grad beroende på slumpen.

Metoder, som innebär ett klandervärt *utnyttjande av allmänhetens okunighet*. Här avses särskilt s. k. negativ avtalsbindning, använd som marknadsföringsmetod mot allmänheten. Metoden ger nämligen i normalfallet allmänheten ett felaktigt intryck av juridisk bundenhet och kan därför leda till köpbeslut under helt oriktiga förutsättningar.

Metoder, som innebär en stötande *övertalning av prestation* på annan näringsidkare. Ett exempel på detta är att en företagare, som inte är beredd att ta på sig kostnaden för demonstration, direkt uppmanar kunderna att studera varor hos andra näringsidkare men köpa dem från företagaren i fråga.

Ett omstritt spörsmål är i vilken utsträckning fall av *otillbörlig efterbildning* lämpligen bör kunna prövas enligt en lag om otillbörlig konkurrens. Enligt utredningens rättspolitiska värdering bör alla frågor om objektsskydd för produkter lösas inom ramen för den immaterialrättsliga ensamrättslagstiftningen, dvs. lagarna om patent, mönster, upphovsrätt, varumärke och firma. Är objektet inte särskilt skyddat men förfarandet vid efterbildningen i något avseende otillbörligt, får bedömningen ske efter de straffstadganden mot skilda former av otillbörliga förfaranden, som finns exempelvis i brottsbalken och förslaget till lag om otillbörlig konkurrens. Är förfarandet i strid mot vad som är eller kan anses vara avtalat mellan två parter, skall kontraktsrättsliga normer ligga till grund för prövningen av förfarandet. Emellertid kan det möjligen tänkas förekomma förfaranden vid efterbildning, vilka ter sig lika etiskt klandervärda som straffbara förfaranden men är artskilda från dessa. Sådana metoder bör vara angripliga med stöd av en lagstiftning mot otillbörlig konkurrens. Utredningen betonar att här enbart avses särskilt odiösa *förfaranden* vid efterbildning och att genom lagen om otillbörlig konkurrens inte får ges något objektsskydd utöver det som följer av speciallagstiftningen.

Otillbörligt utnyttjande av annans renommé innefattar i regel något slags känneteckensförväxling. Dessa fall regleras genom lagstiftningen om varumärken och andra kännetecken. Härutöver förekommer emellertid vissa fall, där någon förväxlingssituation inte föreligger. Utredningen anser att man bör kunna ingripa i dessa fall genom en lagstiftning om otillbörlig konkurrens.

Utredningen anser sig ha en i stort sett fullständig bild av vilka ytterligare typfall av konkurrensåtgärder, som bör behandlas i en lag om otillbörlig konkurrens. Inom de givna grupperna kan emellertid givetvis nya varianter komma att uppträda.

Rättstekniskt har utredningen fångat in de ifrågavarande typfallen av otillbörliga konkurrensåtgärder under den föreslagna lagen genom att i den-

na intaga en *allmän bestämmelse*, en generalklausul, enligt vilken i näringsverksamhet ej får vidtas *konkurrensåtgärd, genom vilken hederlighet och god affärsmoral åsidosätts mot konsumenter eller näringsidkare*, 1 § i utredningens förslag. Ett av de viktigaste skälen till att denna lösning valts och att stadgandet placerats först i lagförslaget är att de danska, finska och norska lagförslagen inleds med en generalklausul och att det ansetts önskvärt att det svenska förslaget till form och innehåll så långt som möjligt överensstämmer med de övriga.

Utredningen understryker betydelsen av att 1 § bara tillämpas på metoder och åtgärder, som otvivelaktigt är otillbörliga från allmän synpunkt. Det i princip fria valet mellan olika konkurrensmetoder får under inga förhållanden beskäras med stöd av 1 § lagen om otillbörlig konkurrens.

Med den utformning och det innehåll utredningens förslag till lag om otillbörlig konkurrens fått föreligger enligt utredningens uppfattning ingen risk för att tillämpningen av lagen skall komma i konflikt med tillämpningen av konkurrensbegränsningslagen.

Oriktiga geografiska ursprungsbeteckningar

I utredningens uppdrag har ingått att överväga den lämpliga utformningen av lagstiftningen om oriktiga geografiska ursprungsbeteckningar. Ämnet behandlas i kap. VIII.

De lagar, som det här gäller, är en lag från 1913 om förbud mot införsel till riket av varor med oriktig ursprungsbeteckning och en lag från 1914 om förbud i vissa fall mot varors förseende med oriktig ursprungsbeteckning och saluhållande av oriktigt märkta varor. Tillämpningen av 1913 års lag ankommer på generaltullstyrelsen, vars avgöranden vid överklagande prövas av regeringsrätten. 1914 års lag är en specialstrafflag, som tillämpas ytterst sällan.

Utredningen har funnit att utformningen av 1913 och 1914 års lagar är otidsenlig och att tillämpningen av 1913 års lag leder till praktiskt otillfredsställande resultat. Enligt utredningens mening nås det med 1913 och 1914 års lagar avsedda syftet bättre med stöd av 2 § i utredningens förslag. Det föreslås därför att 1913 och 1914 års lagar upphävs och att frågor om oriktiga eller vilseledande geografiska ursprungsbeteckningar prövas enligt 2 §. En sådan lösning är enligt utredningens mening i överensstämmelse med de förpliktelser som Sverige åtagit sig på detta område genom anslutning till internationella konventioner.

Påföljder m. m.

I en lag om otillbörlig konkurrens föreligger ett nära samband mellan arten av de förfaranden, som anses otillåtna, påföljderna för överträdelse och reglerna om vem som skall föra talan enligt lagen. De skilda delarna av lagen bör samordnas så att vad som uppfattas som otillbörlig konkurrens

motverkas så effektivt som möjligt. Frågorna om påföljder, talerätt m. m. behandlas i kap. IX.

Stadgandena i 1 och 2 §§ i utredningens förslag bygger på uppfattningen att det är ett allmänt intresse, gemensamt för konsumenterna och näringslivet, att ohederliga konkurrensåtgärder och vilseledande framställningar motarbetas. Vem som vidtar åtgärden eller använder framställningen och hans subjektiva avsikter därmed framstår som mindre väsentligt. Angeläget är att överträdelse av 1 och 2 §§ beivras på sådant sätt att domstolens avgörande uppfattas inte så mycket som en reaktion i det enskilda fallet utan som normgivande för framtiden. Påföljden för överträdelse bör utformas så att det blir möjligt att ingripa också mot oarter som kanske under en tid passerat opåtalade men som man vid en närmare prövning anser böra motarbetas.

Allt detta talar för att den primära sanktionen vid överträdelse av 1 eller 2 § bör vara av domstol meddelat *förbud*. Till stöd härför kan också åberopas en internationell jämförelse — Sverige är veterligen det enda land i den västerländska kulturkretsen som inte har förbud som påföljd på detta rättsområde.

Utredningen föreslår därför att om någon vidtar åtgärd eller använder framställning, som avses i 1 resp. 2 §, skall domstol kunna vid vite förbjuda honom att fortsätta därmed. Sådant förbud skall också under särskilda förutsättningar kunna meddelas interimistiskt. Förbudssanktionen skall kunna tillgripas oavsett om något subjektivt klandervärt ligger vederbörande till last eller ej.

Talan om förbud skall enligt förslaget kunna föras av var och en som lider förfång av åtgärden eller framställningen samt av sammanslutning av konsumenter eller löntagare eller sammanslutning av näringsidkare. För att konsumenternas intressen skall bli effektivt tillvaratagna föreslås dessutom att Kungl. Maj:t skall förordna viss myndighet att föra talan om förbud enligt lagen.

Uppsåtlig överträdelse av 2 § kan vara en gärning som ligger mycket nära bedrägeri. Företagsspioneri och missbruk av företagshemlighet, teknisk förebild eller teknisk föreskrift samt bestickning och tagande av muta är också gärningar som till sin allmänna karaktär är besläktade med olika brott enligt brottsbalken. Anledning saknas att i dessa senare fall ingripa med rättsliga medel annat än vid uppsåtliga förfaranden. För uppsåtliga brott mot 2—5 §§ föreslås därför *straff* som påföljd. Brotten skall enligt förslaget falla under *allmänt åtal*, dock under förutsättning av angivelse såvitt gäller 3 och 4 §§. Subsidiär åtalsrätt har enligt allmänna regler målsäganden och enligt stadgande i förslaget den myndighet och de organisationer, som äger föra förbudstalan.

Brottslig gärning och överträdelse av meddelat vitesförbud är enligt förslaget skadeståndsgrundande. Däremot har det ansetts mindre väl förenligt

med allmänna svenska skadeståndsrättsliga principer att föreslå skadeståndsskyldighet vid icke uppsåtlig överträdelse av 1 eller 2 §. Skadeståndssanktionen har f. ö. bedömts ha ringa praktisk betydelse i dessa fall.

I 9 kap. 8 § andra punkten brottsbalken finns ett stadgande om visst oredligt förfarande i samband med utövning av yrke eller näring. De gärningar som avses i detta stadgande täcks helt av stadgandet mot vilseledande reklam m. m. i 2 § i utredningens förslag. Utredningen föreslår därför att 9 kap. 8 § andra punkten brottsbalken upphävs.

Särskilda yttranden har avgetts av hr Uggle — med instämmande av hr Söderberg — samt av hrr Gillberg och Jacobsson om anställdas och uppdragstagares ansvar för missbruk av företagshemligheter, av hrr Gillberg och Jacobsson om tilläggserbjudanden samt av hr Uggle — med instämmande av hrr Gillberg och Jacobsson — om trading stamps.

Särskilda yttranden

Av hr Ugglå — med instämmande av hr Söderberg — om anställdas och uppdragstagares ansvar för missbruk av företagshemligheter

Utredningens förslag beträffande anställds obehöriga förfogande över företagshemlighet innebär att skyddet för sådan hemlighet — såvida den icke åtkommit på otillbörligt sätt eller är konkretiserad i en anförtrodd teknisk förebild eller föreskrift — försvinner i samma ögonblick som anställningsförhållandet upphör. Jag kan icke finna en sådan reglering godtagbar. Enligt min mening är det just i den situationen, där någon slutar sin anställning, som risken är störst för att han obehörigen yppar eller använder den tidigare arbetsgivarens företagshemlighet. Det är givetvis icke så att lojalitetsplikten mot en arbetsgivare på en gång upphör när en anställd slutar sin tjänst. Om man som utredningens majoritet närmast synes göra bygger skyddet för företagshemligheter på föreställningen om den anställdes lojalitetsplikt, följer alltså ej därav att skyddet skall upphöra samtidigt med anställningen. Jag kan icke heller acceptera tanken att det skulle vara ett legitimt arbetstagarintresse att en anställd skall äga prisge den tidigare arbetsgivarens företagshemligheter. De danska och norska kommittéernas förslag innebär att företagshemlighet är skyddad under en tid av ett år efter anställningens upphörande. Jag anser detta vara en rimlig lösning, som jag förordar även för svensk del.

Av hrr Gillberg och Jacobsson om anställdas och uppdragstagares ansvar för missbruk av företagshemligheter.

I fråga om bestämmelserna beträffande anställds obehöriga förfogande över företagshemlighet instämmer vi i ledamoten Ugglas motivering för att skyddet för dylik hemlighet utsträcker till att avse jämväl en tid av ett år efter anställningens upphörande. Dock synes det lämpligt att bestämmelserna givas en restriktiv avfattning genom att det skall vara fråga om en kvalificerad teknisk företagshemlighet samt att vederbörande genom förtroendeställning eller honom anförtrodda arbetsuppgifter fått tillgång till hemligheten under sådana förhållanden att det skulle strida mot tro och heder att använda eller yppa densamma.

Av hrr Gillberg och Jacobsson om tilläggserbjudanden

Mot majoritetens förslag att ersätta den nuvarande bestämmelsen i 2 § IKL rörande obehörigt lämnande eller erbjudande av gåva eller liknande förmån med endast en hänvisning till generalklausulen vill vi anföra avvikande mening.

Medan utredningens förslag i övriga hänseenden innebär en med hänsyn till aktuella förhållanden väl motiverad skärpning av bestämmelserna mot otillbörlig konkurrens, skulle ett slopande av specialbestämmelsen i 2 § innebära en uppluckring av lagstiftningen på ett i detta sammanhang synnerligen väsentligt område.

Det kan påpekas att majoriteten av den norska kommittén tillstyrkt bikhållandet av det norska förbudet mot s. k. tillgifter. Under förberedelserna för det norska lagförslaget har denna uppfattning understötts av de viktigaste organisationerna inom norskt arbets- och näringsliv, nämligen Landsorganisationen i Norge, Norges Handelsstands Forbund, Norges Industriforbund, Norges Kooperativa Landsforening, Norges Salgs- och Reklameforbund m. fl. I den danska kommittén har 4 av kommitténs 10 ledamöter intagit en likartad ståndpunkt.

Väl kan sägas att 2 § IKL med tiden inte kommit att tillämpas i den utsträckning som varit avsikten. Den torde dock ha fyllt en uppgift genom att hålla tillbaka de mest besvärliga avarterna ifråga om konkurrens av detta slag. Vidare torde bestämmelsen ha varit ägnad att ge ökad tyngd åt Näringslivets Opinionsnämnds ställningstaganden. Detta gäller främst Opinionsnämndens uttalanden mot s. k. gratis- och presenterbjudanden.

Under alla förhållanden är den bristande tillämpningen av denna bestämmelse inte något skäl att slopa den, när samtidigt en mer ändamålsenlig lagstiftning mot otillbörlig konkurrens föreslås, och det förutsättes att tillämpningen av denna lagstiftning skall ske med erforderlig kraft.

Ett starkare skäl för att låta 2 § IKL utgå i sin nuvarande form skulle möjligen kunna vara att den av utredningen föreslagna bestämmelsen om vilseledande reklam och generalklausulen kan tillämpas på vissa av de kombinations- och tilläggserbjudanden som 2 § IKL riktar sig emot. Bl. a. torde detta gälla de renodlade fall av s. k. gratis- och presenterbjudanden, där det är uppenbart att kostnaden för »gratisvaran» eller »presenten» ingår i kalkylen för den vara som måste köpas för att få »varan» resp. »presenten».

Det finns emellertid stor risk för att det uppkommer betydande bevissvårigheter när det gäller att fastställa om den föreslagna bestämmelsen mot vilseledande reklam eller generalklausulen kan bli tillämplig. Med hänsyn härtill synes det onödigt att slopa en specialbestämmelse som redan nu finns, och som uppenbarligen inte är mindre motiverad nu än när den på sin tid tillkom.

Det förtjänar understrykas att såväl s. k. gratiserbjudanden som andra former av kombinations- eller tilläggserbjudanden påverkar säljarföretagets omkostnadsnivå. Om dessa system skulle bli allmänt tillämpade, skulle rationaliseringen av distributionen försvåras genom det extra arbete som utformningen av sådana konkurrensåtgärder erfordrar.

Därjämte skulle — och detta torde ur många synpunkter vara avgörande — köparnas/konsumenternas möjligheter att överblicka marknaden och bedöma olika erbjudanden försvåras. En sådan överblick och en sådan bedömning är redan nu med hänsyn till förekomsten av olika varor och tjänster inom detaljhandeln mycket svår att åstadkomma. Kombinations- och tilläggserbjudanden av det slag som 2 § IKL tar sikte på skulle ytterligare försvåra för köparen/konsumenten att bedöma det reella värdet av de delar, som ingår i dessa erbjudanden, och att göra jämförelser med liknande, var för sig utbudna varor, deras priser och kvaliteter. De jämförelser som utredningen anser vara ur konkurrens- och konsumentsynpunkt önskvärda, skulle sålunda komma att försvåras, därest specialstadgandet i 2 § IKL slopades.

Utredningen understryker att reklam och försäljning främst bör inriktas på »saklig argumentering om varors egenskaper, användbarhet, pris o. dyl.». När en speciell bestämmelse direkt riktad mot kombinations- eller tilläggserbjudanden avvisas, motiveras detta med att »en utveckling mot större saklighet i marknadsföringen kan dock knappast främjas effektivt genom negativa åtgärder såsom generella förbud mot vissa marknadsföringsmetoder». Utredningen förlitar sig i stället på en »intensifierad konsumentupplysning och konsumentfostran» som kan verka som en stimulans för sakligt inriktad marknadsföring. Det är naturligen i hög grad önskvärt att komma dithän, men i avvaktan härpå måste det vara lämpligt att bibehålla specialbestämmelsen i 2 § IKL.

Därjämte vill vi föreslå att — i enlighet med det ursprungliga förslaget till denna bestämmelse — orden »där förfarandet innebär utnyttjande av allmänhetens godtrogenhet» utgår. Härigenom skulle en effektivare tillämpning av bestämmelsen underlättas. Erfarenheten visar nämligen att just förekomsten av detta uttryck vållat svårigheter att tillämpa bestämmelsen på sätt som varit avsett vid dennas tillkomst.

Av hr Ugglå — med instämmande av hrr Gillberg och Jacobsson — om trading stamps

Jag anser det erforderligt att i den föreslagna lagen intages en specialregel som förbjuder systemet med s. k. trading stamps.

Utredningen anser att systemet under vissa omständigheter kan vara utformat på sådant sätt att det inte kan fördömas från etisk synpunkt. I den

mån det innebär ett otillåtet utnyttjande av allmänhetens godtrogenhet skall dock ingripande enligt förslaget kunna ske med stöd av generalklausulen i 1 §.

Enligt min mening bygger systemet med trading stamps primärt på utnyttjandet av en oriktig föreställning hos konsumenterna om att de får något för intet. Systemet är alltså i och för sig vilseledande och detta oberoende av hur det i sina detaljer utformas. Emellertid kan det vara svårt att i det särskilda fallet bevisa att trading stamps är ägnade att vilseleda eller att de eljest strider mot hederlighet och god affärsmoral. Bestämmelserna i förslaget till lag om otillbörlig konkurrens kan därför riskera att bli ineffektiva även med avseende på sådana fall som också majoriteten menar att man bör kunna ingripa mot. Jag förordar för min del att lagförslaget kompletteras med en särskild paragraf som innehåller ett uttryckligt förbud mot trading stamps över huvud taget. Härmed hindras visserligen även sådana utformningar av systemet med trading stamps som till äventyrs inte är förkastliga ur etisk-moraliska synpunkter. Sådana fall ter sig emellertid för mig så osannolika och för näringsidkarna föga lockande, att de måste väga lätt vid jämförelsen med den fördel det innebär att ha en klar lagreglering på detta eljest svårbedömda område. Ett förbud mot trading stamps är för övrigt motiverat även av andra värderingar än rent etiska och moraliska. Systemet är nämligen olämpligt också ur den synpunkten att det betungar konsumenterna med ovidkommande arbete. Att jämföra det med vanlig årsomsättningsrabatt synes mig ej särskilt träffande.

BILAGA 1

Parallella nordiska utkast till lag om otilbørlig konkurrans

Danmark

Norge

Udkast till konkurrencelov

§ 1.

Generalklausul

I erhvervsvirksomhed må ikke foretages handlinger, der strider mod reel delig forretningskik.

§ 2.

Vildledende reklame m. v.

Erhvervsdrivende må ikke anvende urigtige eller vildledende angivelser, der er egnet til at påvirke efterspørgselen efter varer eller arbejds- og tjenesteydelser, eller som på anden måde er egnet til at fremme eller skade no gens erhvervsvirksomhed.

Stk. 2. Reglen i stk. 1 gælder også angivelser, der på grund af deres form, eller fordi de angår uvedkommende forhold, er utilbørlige over for andre erhvervsdrivende.

Stk. 3. Bestemmelserne i stk. 1 og stk. 2 finder tillige anvendelse på personer, der er ansat hos en erhvervsdrivende, samt på organisationer, der varetager erhvervsdrivendes eller forbrugerens interesser.

Utkast til lov om utilbørlig konkurranse

§ 1. *Allminnelig bestemmelse (generalklausul)*

I næringsvirksomhet må det ikke foretas handlinger som etter god forretningskikk er utilbørlige.

§ 2. *Villedende reklame m. m.*

egnet til å påvirke etterspørselen etter En næringsdrivende må ikke anvende uriktig eller villedende fremstilling varer, tjenester eller andre ytelser eller på annen måte å fremme eller skade noens næringsvirksomhet.

Det som er bestemt i 1. ledd gjelder også fremstilling som er utilbørlig på grunn av sin form eller fordi den angår uvedkommende forhold.

Bestemmelsene i 1. og 2. ledd får tilsvarende anvendelse på den som er ansatt hos en næringsdrivende eller hos en organisasjon som varetar næringsdrivendes interesser eller som ellers opptrer på vegne av en næringsdrivende eller av en slik organisasjon.

Med fremstilling menes i denne lov enhver form for meddelelse eller utsagn i tale, skrift eller på annen måte, således også betegnelser, bilder, demonstrasjoner, emballasjes form, størrelse eller utstyr o. l.

Finland

**Förslag till lag om otillbörlig
konkurrens***Allmän bestämmelse*

1 §.

I näringsverksamhet får ej företagas handling, som strider mot god affärs-
sed.

Vilseledande reklam m. m.

2 §.

Näringsidkare får ej använda oriktig eller vilseledande framställning, ägnad att påverka efterfrågan på eller utbudet av vara, tjänst eller annan nyt-
tighet.

Bestämmelserna i första momentet äga motsvarande tillämpning på sammanslutning av näringsidkare samt på den som är anställd hos eller fullgör uppdrag för näringsidkare eller sådan sammanslutning.

Sverige

**Förslag till lag om otillbörlig
konkurrens***Allmän bestämmelse*

1 §.

I näringsverksamhet får ej vidtagas konkurrensåtgärd, genom vilken hederlighet och god affärsmoral åsidosättes gentemot konsumenter eller näringsidkare.

Om särskilda slag av otillåtna handlingar stadgas i 2—5 §§.

Vilseledande reklam m. m.

2 §.

Näringsidkare får ej använda oriktig eller vilseledande framställning, ägnad att påverka efterfrågan på eller utbudet av vara, tjänst eller annan nyttighet.

Näringsidkare får ej heller använda framställning, som på grund av sin utformning eller genom att den angår ovidkommande förhållande är otillbörlig gentemot annan näringsidkare och ägnad att ha sådan verkan som i första stycket sägs.

Bestämmelserna i första och andra styckena äga motsvarande tillämpning på sammanslutning av näringsidkare samt på den som är anställd hos eller fullgör uppdrag för näringsidkare eller sådan sammanslutning.

§ 3.

Erhvervshemmeligheder

Det er forbudt på utilbørlig måde at skaffe sig eller forsøge at skaffe sig kendskab til eller rådighed over erhvervshemmeligheder.

Stk. 2. Den, der i et tjeneste- eller samarbejdsforhold eller under udførelsen af et hverv er kommet til kundskab om eller har fået rådighed over erhvervshemmeligheder, må ikke ubeføjet viderebringe eller benytte sådanne hemmeligheder.

Stk. 3. Erhvervsdrivende må ikke benytte en erhvervshemmelighed, såfremt han ved, at kendskab til eller rådighed over den er opnået ved overtrædelse af bestemmelserne i stk. 1 eller stk. 2.

§ 4.

Tekniske tegninger m. v.

Den, der i anledning af udførelsen af arbejde eller i øvrigt i erhvervsøjemed er blevet betroet tekniske tegninger, beskrivelser, opskrifter, modeller eller lignende, må ikke ubeføjet benytte sådant materiale eller sætte andre i stand hertil.

Stk. 2. Bestemmelsen i § 3, stk. 3, finder tilsvarende anvendelse.

§ 3. *Bedriftshemmeligheter*

Ingen må på utilbørlig måde skaffe seg eller søke å skaffe seg kunnskap om eller rådighet over en bedriftshemmelighet.

Den som i et tjeneste- eller samarbejdsforhold, i et tillitsverv eller i anledning av oppdrag har fått kunnskap om eller rådighet over en bedriftshemmelighet, må ikke uberettiget benytte slik hemmelighet eller bringe den videre.

Ingen må uberettiget utnytte en bedriftshemmelighet når kunnskap om eller rådighet over den er oppnådd gjennom overtredelse av bestemmelsene i 1. eller 2. ledd.

§ 4. *Tekniske tegninger m. m.*

Den som for å utføre et arbeid eller i forretningsøyemed er blitt betrodd tekniske tegninger, beskrivelser, oppskrifter, modeller e. l., må ikke uberettiget benytte disse eller sette andre i stand til det.

§ 3, 3. ledd får tilsvarende anvendelse.

§ 5. *Gaver og lignende til næringsdrivendes underordnede (bestikkelse).*

Det er forbudt å by eller gi gave eller annen fordel til en som er ansatt hos en næringsdrivende eller opptrer på hans vegne, når det skjer uten at denne vet om det, og gaven eller fordelene er bestemt til og egnet til å skaffe giveren eller noen han vil tilgodese, ugrunnet fortrinn under utførelse av tjeneste eller ved omsetning av vare eller annen ytelse.

Det er likeledes forbudt for den som

Finland

Företagsspioneri och företagshemlighet m. m.

3 §.

Ingen får på otillbörligt sätt bereda sig eller försöka bereda sig tillgång till företagshemlighet. Har någon på otillbörligt sätt berett sig tillgång till företagshemlighet, får han ej använda eller yppa denna.

Den som är anställd hos eller fullgör uppdrag för näringsidkare får ej heller obehörigen använda eller yppa företagshemlighet, till vilken han fått tillgång på annat sätt än i första momentet sägs.

Har någon fått tillgång till företagshemlighet genom att annan, honom vederligen, handlat i strid mot första eller andra momentet, får han ej obehörigen använda eller yppa denna.

4 §.

Arbetstagare eller annan, som anförtratts teknisk förebild eller teknisk föreskrift för utförande av arbete eller för affärsändamål, får ej obehörigen använda eller giva annan del av denna.

Har någon fått tillgång till teknisk förebild eller teknisk föreskrift genom att annan, honom vederligen, handlat i strid mot första momentet, får han ej obehörigen använda eller giva annan del av denna.

Bestickning i näringsverksamhet m. m.

5 §.

Till den som är anställd hos eller fullgör uppdrag för näringsidkare får ej lämnas, utlovas eller erbjudas muta eller annan otillbörlig förmån, ägnad att förmå mottagaren att i tjänsten eller vid uppdragets fullgörande gynna bestickaren eller annan.

Den som är anställd hos eller fullgör uppdrag för näringsidkare får ej mottaga, låta åt sig utlova eller begära muta eller annan otillbörlig förmån,

Sverige

Företagsspioneri och missbruk av företagshemlighet m. m.

3 §.

Ingen får på otillbörligt sätt bereda sig tillgång till företagshemlighet. Har någon på otillbörligt sätt berett sig tillgång till företagshemlighet, får han ej använda eller yppa denna.

Den som är anställd hos eller fullgör uppdrag för näringsidkare får ej heller obehörigen använda eller yppa företagshemlighet, till vilken han fått tillgång på annat sätt än i första stycket sägs.

Har någon fått tillgång till företagshemlighet genom att annan, honom vederligen, handlat i strid mot första eller andra stycket, får han ej obehörigen använda eller yppa denna.

4 §.

Anställd eller annan, som anförtratts teknisk förebild eller teknisk föreskrift för utförande av arbete eller för affärsändamål, får ej obehörigen använda eller giva annan del av denna.

Har någon fått tillgång till teknisk förebild eller teknisk föreskrift genom att annan, honom vederligen, handlat i strid mot första stycket, får han ej obehörigen använda eller giva annan del av denna.

Bestickning i näringsverksamhet m. m.

5 §.

Till den som är anställd hos eller fullgör uppdrag för näringsidkare får man ej lämna, utlova eller erbjuda muta eller annan otillbörlig förmån, ägnad att förmå mottagaren att i tjänsten eller vid uppdragets fullgörande gynna bestickaren eller annan.

Den som är anställd hos eller fullgör uppdrag för näringsidkare får ej mottaga, låta åt sig utlova eller begära muta eller annan otillbörlig förmån,

§ 5.

Rabatmærker

Såfremt erhversdrivende ved afsætning af varer eller arbejds- og tjenesteydelser giver rabat eller anden ydelse i form af mærker, kuponer og lignende til senere indløsning, skal mærkerne på tydelig måde være forsynet med udstederens navn eller firma og med angivelse af en værdi i dansk mønt. Rabatmærkeudstederen skal indløse mærkerne her i landet til den pålydende værdi, når mærker til et beløb, hvis størrelse fastsættes af handelsministeren, begæres indløst.

er ansatt hos en næringsdrivende eller opptrer på hans vegne å kreve eller motta gave eller annen fordel eller løfte herom under forhold som nevnt i 1. ledd.

Bestemmelsene i 1. og 2. ledd får tilsvarende anvendelse på den som gir eller mottar en utilbørlig belønning for å ha skaffet en annen ugrunnet fortrinn som nevnt i 1. ledd.

§ 6. *Tilgift i detaljhandelen.*

I detaljhandelen må ikke gis eller bys tilgift uten når den er av samme slag som hovedvaren eller må anses som tilbehør til den, eller er en tjenesteytelse som har rimelig og naturlig sammenheng med den.

Som tilgift forstås i denne lov en gave eller annen ytelse som gis under forutsetning av at det blir kjøpt varer. Som tilgift anses det også at det for en vare, tjeneste eller annen ytelse som brukes til det, blir regnet en særlig lav pris.

Rabatt og tilbakebetaling på kjøp regnes ikke som tilgift. Som tilgift regnes heller ikke kuponger o. l. når de kan inløses bare i penger.

Som tilgift anses det heller ikke at en prøve av en annen vare enn hovedvaren vedpakkas denne når hensikten åpenbart ikke er å påvirke salget av hovedvaren.

§ 7. *Loddtrekning, premieutdeling o. l. blant forbrukere.*

Loddtrekning eller annen form for tilfeldig fordeling av varer, tjenester eller andre ytelser blant forbrukere er ikke tillatt, dersom det for å delta er nødvendig at det blir kjøpt eller avtatt mot betaling en vare eller ytelse.

På loddtrekning eller liknende tiltak i reklameøyemed får for øvrig bestemmelsene i Lotteriloven av 12. mai 1939, § 10, siste ledds første punktum, tilsvarende anvendelse.

Finland

ägnad att förmå honom att i tjänsten eller vid uppdragets fullgörande gynna bestickaren eller annan.

Bestämmelserna i första och andra momentet äga motsvarande tillämpning på otillbörlig belöning för att mottagaren i tjänsten eller vid uppdragets fullgörande gynnat bestickaren eller annan.

Sverige

ägnad att förmå honom att i tjänsten eller vid uppdragets fullgörande gynna bestickaren eller annan.

Bestämmelserna i första och andra styckena äga motsvarande tillämpning på otillbörlig belöning för att mottagaren i tjänsten eller vid uppdragets fullgörande gynnat bestickaren eller annan.

Förmån som beror på tillfällighet.

6 §.

Ingen får i näringsverksamhet lämna eller utlova förmån, vars erhållande beror på utlottning eller annars på tillfällighet, för så vitt möjligheten att erhålla förmånen förutsätter att betalning erlägges eller vederlag annars presteras.

§ 6.
Forretningskendetegn m. v.
 Erhvervsdrivende må ikke benytte
 forretningskendetegn eller lignende,
 der ikke tilkommer dem, eller benytte
 egne kendetegn på en måde, der er eg-
 net til at fremkalde forveksling med
 andres.

Stk. 2. Varer af udenlandsk oprindelse
 må ikke sælges eller udbydes til salg
 med en på varen eller dens indpakning
 anbragt gengivelse af eller betegnelse
 for det danske flag og andre nationale
 kendetegn eller mindesmærker. Endvi-
 dere må portræt af kongen eller den
 kongelige familie ikke uhjemlet an-
 bringes på varer af udenlandsk oprin-
 delse eller på sådanne varers indpak-
 ning.

Stk. 3. Efter indhentet erklæring fra
 vedkommende hovedorganisationer for
 erhverv og forbrugere kan handelsmi-
 nisteren fastsætte, at emballagegen-
 stande eller dele heraf, der på nærmere
 foreskrevet måde enten er mærket med
 nogen her i landet hjemmehørende
 virksomheds navn eller forretningsken-
 detegn eller er mærket som bestemt
 alene til emballage for varer af en be-

§ 8. Utsalg.

Kunngjøringer eller andre meddelel-
 ser om utsalg, realisasjon eller annen
 form for salg i detaljhandelen til ned-
 satte priser må bare anvendes når pri-
 sene på de tilbudte varer virkelig er
 nedsatt.

Gjelder et utsalg som nevnt i 1. ledd
 ikke hele forretningens varebehold-
 ning, skal det ordnes slik at kundene
 kan se hvilke varer utsalget gjelder.

Omfatter utsalget feilvarer eller kva-
 litetsforringede varer skal det ved mer-
 king, oppslag e. l. gjøres oppmerksom
 på det.

Enhver plikter å gi politiet de opp-
 lysninger det krever til kontroll med
 at bestemmelsene i de foregående ledd
 er overholdt.

stemt art, undergives begrænsninger med hensyn til benyttelse, køb eller salg og ikke forsætligt må tilintetgøres eller bekadiges.

§ 7.

Straf.

Overtrædelse af bestemmelserne i denne lovs §§ 2—5 og § 6, stk. 2, og af de i medfør af lovens § 6, stk. 3, givne forskrifter samt forsætlig overtrædelse af lovens § 6, stk. 1, straffes, for så vidt strengere straf ikke er forskyldt efter anden lovgivning, med bøde.

Stk. 2. Er overtrædelsen begået af et aktieselskab, andelselskab eller lignende, kan der pålægges virksomheden som sådan bødeansvar.

§ 9. Forbud, erstatning m. m.

Den som har handlet i strid med denne lov, eller på hvis vegne det er gjort, kan ved dom forbys å foreta slik handling i fremtiden. Det kan også ved dom fastslås at en stedfunden handling er rettsstridig etter denne lov.

Er en skriftlig, billedlig eller lignende fremstilling blitt forbudt i medhold av 1. ledd, kan retten påby forholdsregler for å trygge at forbudet etterleves, således at reklamemateriell skal ødelegges eller endres på nærmere angitt måte, eller i tilfelle inndras.

Når det antas at skade er lidt uten at tapets størrelse er bevist, kan den skadelidte tilkjennes et beløp i erstatning på inntil kr. 20.000,—, hvis det ikke godtgjøres at tapet er mindre.

Retten kan ved midlertidig forføyning forby at handlingen gjentas, så lenge det ikke foreligger rettskraftig dom i saken. Forbudet kan gjøres avhengig av at det stilles en av retten godtatt sikkerhet for det tap som den annen part, hvis han frifinnes, vil kunne lide ved forbudet.

§ 10. Straff.

Den som forsettlig overtrer denne lovs §§ 2—8 eller en midlertidig forføyning gitt i medhold av § 9, 4. ledd, eller medvirker dertil, straffes med bøter eller fengsel i inntil 3 måneder. Under særlig skjerpene omstendigheter, kan det anvendes fengsel inntil 6 måneder, og ved overtredelse av §§ 3 og 4, inntil 1 år.

Uaktsom overtredelse av § 2, § 3, 2. ledd, § 4, 1. ledd, eller § 8, eller medvirkning dertil, straffes med bøter.

Er en overtredelse foretatt av en eks-

Finland

Sverige

Förbud.

7 §.

Den som bryter mot bestämmelserna i 1, 2 eller 6 §§ kan vid vite förbjudas att fortsätta eller upprepa handlingen.

Förbudet kan jämväl meddelas att gälla allenast tills vidare, varvid ändring däri kan sökas särskilt för sig. Den som yrkat på förbud skall dock, för så vitt svaren det kräver och domstolen prövar det vara erforderligt, ställa skälig säkerhet av viss storlek för den skada det interimistiska förbudet möjligen kan förorsaka.

Beslut om interimistiskt förbud eller dess upphävande må verkställas ändå att ändring däri sökes.

Straff.

8 §.

Den som bryter mot stadgandena i 2—6 §§, straffes med böter eller fängelse i högst sex månader, där ej strängare straff är särskilt föreskrivet.

Muta, eller annan förmån, varom stadgas i 5 §, eller dess värde, vare förbruten.

Påföljder m. m.

6 §.

Vidtager någon åtgärd, som avses i 1 § första stycket, eller använder någon framställning, som avses i 2 §, äger domstol vid vite förbjuda honom att fortsätta därmed.

Om ett fortsättande av handlingen kan förväntas medföra allvarliga olägenheter för konsumenter eller näringsidkare, äger domstol meddela vitesförbud för tiden intill dess laga-kraftäggande dom föreligger. Bestämmelserna i 15 kap. 5 och 6 §§ rättegångsbalken äga motsvarande tillämpning vid sådant beslut.

7 §.

Den som uppsåtligen bryter mot 2—5 §§ dömes till böter eller fängelse i högst ett år. Är brott mot 2 § att anse såsom ringa, dömes ej till ansvar.

För försök till gärning, som avses i 3 § första stycket första punkten, dömes till ansvar enligt vad i 23 kap. brottsbalken stadgas.

Är gärning, som avses i 2 §, att bedöma såsom svindleri eller är gärning, som avses i 3 och 4 §§, att bedöma såsom trolöshet mot huvudman eller är

Stk. 3. Når det antages, at en person eller erhvervsvirksomhed har lidt skade ved den begåede lovovertrædelse, men bevis for skadens omfang ikke kan føres, kan der under sagen tilkendes den skadelidte en erstatning på indtil 10.000 kr.

Stk. 4. Overtrædelse af lovens § 3, stk. 2, begået mere end 1 år efter tjeneste- eller samarbejdsforholdets ophør, eller 1 år efter at udførelsen af et hverv er ophørt, straffes ikke.

peditør, betjent eller annen liknende underordnet, kommer straff ikke til anvendelse, når den vesentlig har vært foranlediget av hans avhengige stilling til den næringsdrivende.

Straff etter § 3, 2. ledd kommer ikke til anvendelse for handlinger som er begått senere enn ett år etter at tjeneste—samarbejdsforholdet, tillitsvervet eller oppdraget hørte opp. Heller ikke kommer straff til anvendelse hvis handlingen er begått av en som har vært ansatt ved bedriften som lærling, kontorist, arbeider eller i lignende underordnet stilling, og handlingen skyldes at det i ubillig grad ville vanskeliggjøre hans adgang til erverv om han unnlot å foreta den.

Rammes en handling som er straffbar etter denne lov også av en annen, strengere bestemmelse, er denne lov ikke til hinder for at handlingen bedømmes etter den strengere bestemmelse.

§ 11. Straff for selskaper m. m.

Er en straffbar handling som nevnt i § 10 foretatt av noen som har handlet på vegne av et selskap, en stiftelse eller en organisasjon som nevnt i § 2, 3. ledd, kan bøtestraff idømmes selskapet, stiftelsen eller organisasjonen, når overtredelsen er foretatt for å fremme dettes (dennes) interesser, eller når selskapet, stiftelsen eller organisasjonen må antas å ha hatt vesentlig fordel av overtredelsen. Straffelovens § 28 gjelder ikke bøtestraff etter denne paragraf.

Finland

Sverige

gärning, som avses i 5 §, att bedöma såsom bestickning eller tagande av muta enligt brottsbalken, äger första stycket ej tillämpning.

8 §.

Om flera medverkat till brott mot denna lag, gäller vad i 23 kap. brottsbalken är stadgat.

Skadestånd.

9 §.

Den som bryter mot denna lag kan åläggas att ersätta den skada som härigenom vållas. Föreligger endast ringa oaktsamhet, äger domstol jämka skadeståndet efter vad som prövas skäligt.

Talan om skadestånd må avse endast skada, som uppkommit under de senaste fem åren före talans väckande.

9 §.

Den som överträder med stöd av 6 § meddelat förbud eller gör sig skyldig till brott mot denna lag skall ersätta uppkommen skada.

Talan om skadestånd får avse skada endast under de senaste fem åren innan talan väcktes. För skada under tid dessförinnan är rätten till ersättning förlorad.

Danmark

§ 8.

Sagsanlæg.

Sager, hvorunder der nedlægges påstand om, at en handling kendes ulovlig i henhold til § 1, kan anlægges af den forurettede og af foreninger og sammenslutninger, som handelsministeren måtte bemyndige hertil. Vedkommende foreninger og sammenslutninger er endvidere berettiget til at indtræde i de omhandlede sager til støtte for en af sagens parter i overensstemmelse med retsplejelovens almindelige regler.

Stk. 2. I de i stk. 1 omhandlede sager finder reglen i § 7, stk. 3, tilsvarende anvendelse.

§ 9.

Påtale.

Overtrædelse af lovens § 3, § 4 og § 6, stk. 1, samt af de i medfør af lovens § 6, stk. 3, udfærdigede forskrifter er undergivet privat påtale, og sagerne behandles som handelssager i den borgerlige retsplejes former.

Stk. 2. Sager om overtrædelse af lovens § 5 og § 6, stk. 2, behandles som politisager, i København af sø- og handelsretten.

Stk. 3. Overtrædelse af lovens § 2 er undergivet såvel privat som offentlig påtale. Sagerne skal behandles henholdsvis efter reglerne i stk. 1 og stk. 2.

Stk. 4. Når en sag om overtrædelse af lovens § 2, § 5 og § 6, stk. 2, er indbragt for retten, er de i § 8, stk. 1, omhandlede foreninger og sammenslutninger berettiget til at indtræde i sagen til støtte for anklagemyndigheden eller tiltalte og til at udtale sig i sagen. Adgang til indtræden i sagen kan dog nægtes, såfremt retten, efter at anklagemyndigheden og tiltalte har haft adgang til at udtale sig herom, finder, at indtræden ikke kan ske uden væsentlig ulempe for sagens behandling. Retten kan ved henvendelse til den eller de

Norge

§ 12. *Søksmål og påtale.*

Rett til å reise søksmål etter § 9 i denne lov har foruten vedkommende departement, enhver som har rettslig interesse i søksmålet. Den som driver næringsvirksomhet av samme eller liknende art, skal alltid anses å ha slik rettslig interesse. Det samme gjelder næringsorganisasjoner som omfatter slike næringsdrivende.

Departementet kan gi søksmålsrett til sammenslutninger og institusjoner som representerer forbrukere.

Overtredelse av denne lovs §§ 3 eller 4, og av § 2, når den består i skadelig omtale av en annen næringsdrivende eller av forhold som særskilt angår ham, påtales ikke av det offentlige uten fornærmedes begjering.

Finland

Målsägare m. m.

10 §.

Brott, som omförmäles i 3, 4 och 5 §§, må ej av allmän åklagare åtalas med mindre målsägaren anmält brottet till åtal.

I fråga om brott, som omförmäles i 2 och 6 §§, kan åtal väckas jämväl av sammanslutning av näringsidkare eller konsumenter, som äger rätt att vid domstol kära och svara.

11 §.

Förbud enligt 7 § må sökas av den genom handlingen kränkte så ock av sammanslutning som avses i 10 § 2 momentet.

Sverige

10 §.

Talan om förbud enligt 6 § får föras av myndighet som Konungen bestämmer samt av envar som lider förfång av åtgärden eller framställningen ävensom av sammanslutning av konsumenter eller löntagare eller sammanslutning av näringsidkare.

Åtal för brott mot 2 § får väckas av myndighet som Konungen bestämmer samt av sammanslutning av konsumenter eller löntagare eller sammanslutning av näringsidkare. Därvid skall iakttagas vad i 20 kap. 8 § rättegångsbalken är stadgat.

Brott mot 3 eller 4 § får åtalas av åklagare endast om målsägande anger brottet till åtal.

nærmest interesserede foreninger eller sammenslutninger give disse lejlighed til at fremsætte begæring om indtræden i sagen.

§ 13. Offentlige bedrifter og institusjoner m. m.¹

Bestemmelsene i denne lov kommer også til anvendelse på dem som forestår eller er ansatt ved sykehus, rekonesenthjem, undervisningsanstalter eller andre innretninger eller foretak som driver økonomisk virksomhet, selv om den ikke er rettet på fortjeneste, eller som avtar varer eller tjenester fra næringslivet.

§ 14. Avgrensning mot Prisloven.

Bestemmelsen i denne lovs § 1 får ikke anvendelse på næringsdrivendes tilbud, krav eller avtale om priser og forretningsvilkår.

Heller ikke gjelder bestemmelsen istandbringelse eller gjennomføring av konkurransereguleringer eller nekting av forretningsforbindelse.

Bestemmelsen gjør ingen innskrenkning i de fullmakter som er fastsatt i eller i medhold av lov om kontroll og regulering av priser, utbytte og konkurranseforhold av 26. juni 1953.

§ 15. Om visse stedsoppgaver.

Det som er bestemt i § 2 i denne lov, omfatter ikke stedsoppgaver som etter handelsedvane tilsikter å opplyse om varenes art, men ikke om deres opprinnelse. Kongen kan dog etter overenskomst med fremmed stat fastsette at innførsel her til riket av varer med slike oppgaver ikke skal være tillatt, med mindre varene er ledsaget av fyldestgjørende opplysninger om at de er ekte varer, som stammer fra vedkommende land eller landsdel. På samme

¹ §§ 13—15 i den norske teksten, 12 § i den finske teksten och 11—13 §§ i den svenska teksten har satts parallellt, fastän de saknar inbördes samband.

Finland

Sverige

Offentliggörande av utslag.

12 §.

Dömes någon till straff jämlikt denna lag eller meddelas förbud enligt 7 §, må domstol tillika förordna, att utslag som vunnit laga kraft skall på svarandens bekostnad offentliggöras i en eller flera tidningar.

11 §.

Vid brott mot 2 § eller överträdelse av förbud, meddelat med stöd av 2 §, äger rätten efter vad finnes skäligt förordna att oriktig eller vilseledande eller enligt 2 § andra stycket otillbörlig framställning, som är anbragt på vara eller förpackning eller innehålles i reklamtryck, affärshandling eller dylikt, skall utplånas eller ändras så att missbruk därav ej kan ske. Kan sådan åtgärd ej ske annorledes, äger rätten förordna att egendomen skall förstöras.

Egendom, som avses i första stycket, får tagas i beslag i avbidan på förordnande som där sägs. Föreskrifterna om beslag i brottmål i allmänhet äga därvid tillämpning.

12 §.

Vid brott mot 3 eller 4 § äger rätten på yrkande av målsäganden förordna att missbrukad förebild, föreskrift eller annan handling eller efterbildning därav skall överlämnas till honom.

Egendom, som avses i första stycket, får tagas i beslag i avbidan på förordnande som där sägs. Föreskrifterna om beslag i brottmål i allmänhet äga därvid tillämpning.

13 §.

Vid brott mot 5 § skall lämnad eller mottagen muta eller annan otillbörlig förmån eller otillbörlig belöning förklarad förverkad till kronan. Föreskrifterna i 36 kap. brottshalken äga därvid tillämpning.

Danmark

§ 10.

Ikrafttrædelse m. v.

Denne lov træder i kraft den
Samtidig ophæves lov om uretmæssig konkurrence og varebetegnelse, jfr. lov-bekendtgørelse nr. 145 af 1. maj 1959 og lov nr. 165 af 13. april 1938 om til-læg til lov om uretmæssig konkurrence og varebetegnelse. De i medfør af den hidtil gældende lovgivning udfærdige-de forskrifter forbliver i kraft indtil videre.

Stk. 2. For Færøerne og Grønlands ved-kommende fastsættes tidspunktet for lovens ikrafttræden ved kongelig an-ordning, hvorved tillige kan fastsættes sådanne afvigelser fra lovens bestem-melser, som forholdene måtte tilsige.

Norge

måte kan Kongen forby utbud og salg her i riket av varer med slike opp-gaver som nevnt, medmindre varene er ekte og stammer fra vedkommende land eller landsdel.

Overtredelse av forbud i henhold til foregående ledd straffes med bøter.

§ 16. *Ikrafttreden m. m.*

Denne lov trer i kraft

Fra samme tid oppheves lov om util-børlig konkurranse av 7. juli 1922, Straffeloven av 22. mai 1902, § 294, 1. ledd, nr. 2 og lov om varemerker av 2. juli 1910 § 25.

Finland

Sverige

Denna lag träder i kraft den

196 . Genom denna lag upphäves lagen den 31 januari 1930 (34/1930) mot illojal konkurrens.

Denna lag träder i kraft den 1 juli 1968.

Genom denna lag upphävas dels lagen den 29 maj 1931 med vissa bestämmelser mot illojal konkurrens med undantag av vad däri är stadgat om illojal användning av kännetecken, dels lagen den 4 juni 1913 angående förbud mot införsel till riket av varor med oriktig ursprungsbeteckning, dels lagen den 9 oktober 1914 angående förbud i vissa fall mot varors förseende med oriktig ursprungsbeteckning och saluhållande av oriktigt märkta varor, dels ock kungörelsen den 22 maj 1953 (nr 320) angående skydd för vissa utländska ursprungsbeteckningar.

BILAGA 2

Internationella Handelskammarens Grundregler för god reklam¹

Inledning

Dessa *Grundregler för god reklam* har sammanställts av Internationella Handelskammaren i syfte att i alla länder motverka missbruk av reklam och hos samtliga berörda parter befästa känslan av ansvar gentemot konsumenten.

Ansvar för att *grundreglerna* iakttages åvilar

- a) den för vars räkning reklamen sker (annonsören);
- b) den som framställer reklamen;
- c) den som ombesörjer reklamens spridning.

Alla, som har att taga befattning med framställning eller spridning av reklam, skall verka för att reglerna efterlevs.

I. Regler för konsumentens skydd

Grundläggande principer

Reklamen ingår som ett led i vårt på fri företagsamhet grundade distributions-system, vilket avser att tillfredsställa konsumentens behov, och har ett socialt ansvar gentemot konsumenten.

Reklamen är ett legitimt och viktigt medel för säljaren att väcka intresse för de varor och tjänster han utbjuder. Av säljaren vidtagna reklamåtgärder kan dock i vissa fall komma att strida emot allmänhetens intressen. Uppstår en dylik motsättning skall först och främst allmänhetens intresse tillgodoses.

— Reklamen är för sin framgång beroende av allmänhetens förtroende. Därför får inga åtgärder vidtagas, som kan rubba detta förtroende.

Förhållningsregler

1. Reklam bör utformas så att den är förenlig icke blott med gällande rätt utan även med moralisk och estetisk uppfattning i det land, där den bedrivs.
2. Reklamåtgärder, som är ägnade att skada reklamens anseende, skall undvikas. Reklam får ej söka draga fördel av lättrogenhet eller vidskepelse.
3. Reklam skall vara sann och får ej förvränga fakta eller vilseleda genom antydningar och utelämnande. Den får exempelvis ej vilseleda konsumenten om
 - a) den utbudna varans egenskaper, d. v. s. dess användbarhet, material, sammansättning, ursprung etc.,varans pris eller värde, dess lämplighet eller köpevillkoren,

¹ Dessa Grundregler för god reklam kommer i början av 1967 att ersättas av nya internationella Grundregler för reklam

- de tjänster, som ingår i köpet, däribland villkoren för leverans, utbyte, reparation, underhåll etc.
- b) annan varas kvalitet eller värde eller tillförlitligheten av annans uppgift.
4. Reklam får ej innehålla överdrifter, som uppenbarligen är ägnade att framkalla besvikelse hos konsumenten. Särskild försiktighet är påkallad när det gäller
- a) reklam som riktar sig till sjuka.
Sådan reklam får icke innehålla utfästelse om bot för sjukdom såvida dess riktighet ej är vetenskapligt dokumenterad. Den får ej heller innehålla något som kan leda till försämring av den sjukes tillstånd — den får t. ex. icke avråda från att söka läkare.
- b) reklam som inbjuder allmänheten till kapitalplacering.
Sådan reklam får ej innehålla uttalanden, som kan vilseleda allmänheten om den erbjudna säkerheten, om avkastningen eller om amorteringsvillkoren.
- c) reklam som inbjuder allmänheten att delta i lotterier eller pristävlingar eller som innehåller gåvoerbjudanden.
I sådan reklam bör klart angivas samtliga villkor för lotteriet eller pristävlingen respektive för utdelningen av gåvorna.
5. Oriktiga eller vilseledande uppgifter om personliga rekommendationer för det företag, den vara eller den tjänst reklamen avser, får icke förekomma. Fingrade, föräldrade eller av annan anledning inaktuella intyg får ej användas. Detsamma gäller beträffande intyg, som ej kan företes i original. Den, som använder intyg i sin reklam, är ansvarig för deras innehåll såsom för egna uttalanden.
6. Intyg och utlåtanden av enskilda personer, företag eller institutioner bör ej användas i reklam utan vederbörligt tillstånd.
Viss bestämd person bör icke åberopas eller hans bild användas i reklam, med mindre han lämnat sitt medgivande därtill. Intyg och uttalande liksom bild av person, som är avliden då reklamen sker, bör brukas med stor varsamhet.

II. Regler annonsörer emellan

Grundläggande princip

Grundsatsen att konkurrensen skall ske i sådana former, som enligt allmänt godtaggen uppfattning inom affärslivet är tillbörliga, gäller även i reklam.

Förhållningsregler

1. Reklammetoder, som är ägnade att hos konsumenten framkalla förväxling exempelvis mellan olika varor eller tjänster, får ej användas. Dylika metoder kan bestå i
 - a) efterbildning av konkurrents namn eller varumärke eller av annan varas förpackning eller etikett;
 - b) efterbildning av illustration, reklamtext, layout, slagord eller annat alster av reklam.
2. Reklam bör söka vinna allmänhetens bevägenhet genom att framhålla den egna varan eller tjänsten.
Annonsör bör undvika att åberopa visst annat företag, viss annan vara eller tjänst om detta skulle kunna innebära ett obehörigt utyttjande av ifrågavarande företags, varas eller tjänsts goda anseende.

Direkt jämförelse med konkurrerande märkesvara, med viss tjänst eller visst företag bör undvikas. Nedsättande anspelningar på andra varor, tjänster eller företag får icke förekomma.

III. Regler för reklamförmedlare och reklammedia

Grundläggande princip

Reklamens sunda utveckling är beroende av att det råder ett gott förhållande mellan reklamens olika led. Varje åtgärd som kan störa detta bör undvikas.

Förhållningsregler

1. Reklamförmedlare och reklammedia skall undvika att uttala sig nedsättande om sina konkurrenter.
2. De föreskrifter, som gäller för reklamförmedling i ett visst land, bör noggrant följas av den som där bedriver sådan verksamhet. Att en reklamförmedlare följer dessa föreskrifter behöver dock icke innebära att han godtager dem och hindrar honom icke från att påyrka ändringar däri, som han anser skulle gagna reklamen.
3. Vilseledande eller överdrivna uppgifter om hur planerade reklamåtgärder kommer att genomföras eller om deras sannolika effekt får ej lämnas till annonsören.
4. Den som köper reklamutrymme är berättigad att erhålla bestyrkta upplage- resp. kapacitetssiffror för ifrågavarande reklammedium, oavsett om de offentliggöres eller lämnas på annat sätt. Han bör även få del av tillgängliga uppgifter om hur många personer hans reklam når och kvalitativa data beträffande dessa personer samt bör få upplysning om vilka metoder, som använts för att få fram nämnda uppgifter.
5. Varje reklammedium bör tillhandahålla en prislista med tydliga och fullständiga uppgifter om priser och rabatter för reklam och reklamutrymmen av olika slag samt skall tillämpa listans villkor.

BILAGA 3

Stadgar för Näringslivets Opinionsnämnd

antagna den 30 maj 1963

Nämndens huvudmän

§ 1.

Näringslivets Opinionsnämnd är bildad av Annonsbyråernas Förening, Föreningen Svensk Fackpress, Handelskamrarnas Nämnd, Kooperativa Förbundet, Svenska Annonsörers Förening, Svenska Bankföreningen, Svenska Boktryckareföreningen, Svenska Försäkringsbolags Riksförbund, Svenska Försäljnings- och Reklamförbundet, Svenska Tidningsutgivareföreningen, Svenska Trafikföretagens Råd, Sveriges Grossistförbund, Sveriges Hantverks- och Industriorganisation, Sveriges Industrieförbund, Sveriges Köpmannaförbund och Sveriges Lantbruksförbund.

Dessa organisationer utgör nämndens huvudmän. Såsom ytterligare huvudmän har den i § 22 nämnda huvudmannastämman antagit följande organisationer, nämligen Motorbranschens Riksförbund, Svenska Bokförläggareföreningen, Svenska Handelsagenters Förening, Svenska Petroleum Institutet, Sveriges Annons- och Reklambyråers Förbund samt Sveriges Hotell- och Restaurantförbund ävensom Landsorganisationen i Sverige, Tjänstemännens Centralorganisation, Sveriges Akademikers Centralorganisation samt Sveriges Husmodersföreningars Riksförbund.

Nämndens uppgifter

§ 2.

Nämnden har till uppgift att efter framställning avgiva yttrande, huruvida i näringsverksamhet vidtagen reklam- eller annan konkurrensåtgärd kan anses strida mot god affärssed samt att söka avstyra att åtgärd, som nämnden funnit strida mot god affärssed, upprepas.

Vid prövning av huruvida konkurrensåtgärd strider mot god affärssed skall hänsyn tagas till såväl konsument- som konkurrentintressen; vid bedömning av reklam bör Internationella Handelskammarens Grundregler för god reklam beaktas.

Talerätt

§ 3.

Rätt att påkalla nämndens yttrande tillkommer varje enskild person, företag eller sammanslutning som må ha intresse därav ävensom domstol, åklagare eller annan offentlig myndighet.

Nämnden äger avvisa ärende oaktat nämnden är behörig att upptaga det till behandling.

Nämndens sammansättning

§ 4.

Nämnden består av ordförande och två vice ordförande samt högst trettionio ledamöter.

Handelskamrarnas Nämnd, Sveriges Industriförbund, Sveriges Köpmannaförbund, Kooperativa Förbundet samt Svenska Försäljnings- och Reklamförbundet utser vardera tre ledamöter. Sveriges Hantverks- och Industriorganisation utser två ledamöter. Annonbyråernas Förening, Svenska Annonserers Förening, Svenska Tidningsutgivareföreningen, Sveriges Grossistförbund och Sveriges Lantbruksförbund utser vardera en ledamot. Härjämte äger vardera av Föreningen Svensk Fackpress, Motorbranschens Riksförbund, Svenska Bankföreningen, Svenska Bokförläggareföreningen, Svenska Boktryckareföreningen, Svenska Försäkringsbolags Riksförbund, Svenska Handelsagenters Förening, Svenska Petroleum Institutet, Svenska Trafikföretagares Råd, Sveriges Annonss- och Reklambyråers Förbund samt Sveriges Hotell- och Restaurantförbund utse en ledamot.

Landsorganisationen i Sverige, Tjänstemännens Centralorganisation, Sveriges Akademikers Centralorganisation och Sveriges Husmodersföreningars Riksförbund utser vardera en ledamot varjämte Statens Konsumentråd utser två ledamöter. Vid utseende av dessa sex ledamöter skall beaktas att de särskilt skall företräda konsumentintresset.

För envar ledamot skall finnas en ersättare. Vad som föreskrives om ledamot och val av ledamot skall gälla jämväl ersättare.

Ledamöterna väljer ordförande och vice ordförande. Vid lika röstetal skall lotten skilja.

§ 5.

Ordföranden, vice ordförandena samt ledamöterna väljes för en tid av två kalenderår. Val av ledamot skall förrättas före utgången av november månad året före mandattidens början. Avgår ordförande, vice ordförande eller ledamot före mandattidens utgång skall annan utses för återstående mandattid.

§ 6.

Ordföranden skall och vice ordförande bör ha avlagt för behörighet till domarämbete föreskrivna kunskapsprov samt äga domarerfarenhet.

Sekreterare

§ 7.

Till nämnden skall vara knutet ett sekretariat. Sekreterare utses av nämnden i plenum. Vid lika röstetal har ordföranden utslagsröst.

Sekreterare bör ha avlagt för behörighet till domarämbete föreskrivna kunskapsprov.

Nämndens arbetsformer

§ 8.

Nämnden är uppdelad på tre avdelningar. Avdelning består av ordföranden, en vice ordförande samt högst tretton ledamöter.

I varje avdelning skall ingå en ledamot utsedd av vardera Handelskamrarnas Nämnd, Sveriges Industriförbund, Sveriges Köpmannaförbund, Kooperativa Förbundet och Svenska Försäljnings- och Reklamförbundet, två ledamöter, som särskilt skall företräda konsumentintresset, samt ytterligare sex ledamöter.

§ 9.

Ärende prövas av avdelning, dock att fråga av synnerlig vikt må prövas av nämnden i plenum.

Ärende hänskjutes till prövning av nämnden i plenum enligt ordförandens bestämmande. Har ärende hänskjutits till avdelning och påyrkar minst tre ledamöter att ärendet behandlas av plenum skall så ske.

§ 10.

Ordföranden fastställer vid varje kalenderårs början en plan för ledamöternas liksom för vice ordförandenas tjänstgöring på avdelning.

Rätt att påkalla yttrande m. m.

§ 11.

Den som vill påkalla nämndens yttrande har att göra skriftlig framställning därom. Framställningen bör åtföljas av det utredningsmaterial som åberopas i ärendet.

§ 12.

Där yttrande begärts av annan än domstol eller myndighet, åligger det parterna att sörja för utredningen. Nämnden kan dock, där så befinnes lämpligt eller erforderligt, fullständiga denna. Innan yttrande avgives, skall, utom i fall som avses i sista stycket, nämnden bereda parterna tillfälle att muntligen eller skriftligen utveckla sin talan. På parts begäran skall muntlig förhandling anordnas om ej synnerliga skäl talar däremot.

Är utredning, som nämnden anser erforderlig, förenad med särskild kostnad, äger nämnden kräva, att den som begärt yttrandet, påtager sig kostnaden ävensom tillhandahåller lämpligt förskott till dennas täckande. Vägras detta, må nämnden avskryva ärendet.

Har yttrande begärts av domstol eller myndighet, sker nämndens bedömning på grundval av det förebragta materialet, nämnden dock obetaget att inhämta ytterligare utredning om sådan finnes påkallad.

Förberedande sammanträde

§ 13.

Innan ärende upptages till behandling inför nämnden må förberedande sammanträde inför ordföranden eller vice ordförande anordnas med parterna.

Sammanträden och beslut

§ 14.

Sammanträde med avdelning ledes av ordföranden eller vid förfall för denne av vice ordförande.

Sammanträde med nämnden i plenum ledes av ordföranden eller vid förfall för denne av vice ordförande; deltagar i sistnämnda fall båda vice ordförandena i sammanträdet, skall detta ledas av den i nämnden äldste av dem.

§ 15.

Avdelning är beslutför då ordföranden eller vice ordförande samt minst sju ledamöter är tillstädes. Av de närvarande ledamöterna bör om möjligt en ledamot vara utsedd av Handelskamrarnas Nämnd, en av Sveriges Industriförbund, en av Sveriges Köpmannaförbund, en av Kooperativa Förbundet och en av Svenska Försäljnings- och Reklamförbundet samt två ledamöter utgöras av sådana ledamöter, vilka särskilt skall företräda konsumentintresset.

Nämnden i plenum är beslutför då ordföranden eller vice ordförande samt minst tjugoan ledamöter är tillstädes. Av de närvarande ledamöterna bör om möjligt två ledamöter vara utsedda av Handelskamrarnas Nämnd, två av Sveriges Industriförbund, två av Sveriges Köpmannaförbund, två av Kooperativa Förbundet och två av Svenska Försäljnings- och Reklamförbundet samt fyra ledamöter utgöras av sådana ledamöter, vilka särskilt skall företräda konsumentintresset.

Beslut fattas genom omröstning, varvid som nämndens beslut gäller den mening, varom de flesta förenar sig. Vid lika röstetal har den som för ordet utslagsröst.

Angående jäv mot ordförande, vice ordförande eller ledamot gäller vad i lagen om skiljemän är stadgat om jäv mot skiljeman.

Interimistiskt beslut

§ 16.

Står påtalad reklamåtgärd uppenbarligen i strid mot god affärssed och finnes fortsatta sådana åtgärder medföra risk för betydande skadeverkningar, må nämnden, oaktat utredning icke är slutförd, rekommendera den som företagit åtgärden att icke upprepa denna till dess nämndens yttrande i ärendet föreligger.

Protokoll

§ 17.

Vid sammanträde skall föras protokoll, vari bl. a. antecknas i besluten deltagande, ärendes beskaffenhet, nämndens beslut och skiljaktig mening.

Yttrande

§ 18.

Yttrande skall avfattas skriftligen och angiva parter, ärendets beskaffenhet, nämndens beslut och vilka som deltagit i detta samt skiljaktig mening.

Yttrande skall underskrivas av ordförande och sekreterare.

§ 19.

Yttrande, som begärts av domstol eller myndighet, är offentligt.

Annat yttrande offentliggöres, därest nämnden ej av särskild anledning annorledes förordnar.

Sekretessregler m. m.

§ 20.

Nämndens protokoll och övriga handlingar skall förvaras under inseende av sekreteraren. Handlingarna må icke utan nämndens medgivande hållas tillgängliga för annan än den som är ledamot av eller anställd hos nämnden.

Den som är ledamot av eller anställd hos nämnden ävensom part eller annan, som höres inför nämnden, må icke utan nämndens medgivande för utomstående yppa vad inför nämnden förekommit utöver vad offentliggjort yttrande innehåller. Det åligger ordföranden att vid varje sammanträdes början erinra om tystnadsplikten.

Arvode

§ 21.

Ordförande, vice ordförande och sekreterare äger uppbära ersättning för sitt arbete. Ledamot må icke uppbära sådan ersättning.

Övriga bestämmelser

§ 22.

Ekonomiska frågor handlägges av huvudmannastämman och på sätt som närmare anges i § 23 av ekonomiska utskottet. Stämman och utskottet må icke taga befattning med nämndens övriga verksamhet.

Stämman utgöres av en representant för varje huvudman samt nämndens ordförande och vice ordförande. Varje huvudman äger en röst.

Utskottet består av fem ledamöter, av vilka fyra skall väljas av ordinarie huvudmannastämman för tiden intill tredje ordinarie stämman därefter. Nämndens ordförande är femte ledamot. Utskottet utser en av de utav huvudmannastämman utsedda ledamöterna att vara ordförande.

§ 23.

Ekonomiska utskottet åligger att i enlighet med av huvudmannastämman meddelade riktlinjer handhava nämndens löpande, ekonomiska förvaltning samt att årligen före januari månads utgång avgiva berättelse över föregående års förvaltning.

§ 24.

Nämndens räkenskaper skall jämte förvaltningsberättelsen senast den 15 februari överlämnas för granskning till nämndens revisor. Revisorn skall senast den 1 mars avgiva berättelse över sin granskning.

Förvaltningsberättelsen och revisionsberättelsen skall utsändas till huvudmännen samtidigt med kallelse till ordinarie huvudmannastämman.

§ 25.

Ordinarie huvudmannastämman skall äga rum årligen före utgången av maj månad. Extra stämman skall anordnas där minst två av huvudmännen det begär.

Kallelse till stämman skall jämte föredragningslista utsändas med rekommenderat brev senast 10 dagar före stämman.

§ 26.

Nämndens verksamhet finansieras med av huvudmännen tillskjutna medel.

§ 27.

Vid ordinarie stämman skall följande ärenden förekomma:

Val av ordförande vid stämman.

Val av två personer att jämte ordföranden justera protokollet.

Fråga om stämman blivit i rätt ordning utlyst.

Föredragning av förvaltningsberättelse och revisionsberättelse avseende föregående räkenskapsår.

Fråga om ansvarsfrihet för ekonomiska utskottet för föregående räkenskapsår.

Val av fyra ledamöter i ekonomiska utskottet, (vart tredje år).

Val av revisor.

§ 28.

Huvudman må utträda ur nämnden vid kalenderårs slut, om uppsägning av huvudmannskapet skett ett år dessförinnan.

§ 29.

Dessa stadgar må efter nämndens hörande ändras av huvudmannastämman. För sådant beslut erfordras att halva antalet huvudmän är representerade på stämman och att minst två tredjedelar av dessa huvudmän är om beslutet ense.

§ 30.

Nämnden kan upplösas genom beslut i enahanda ordning, som gäller för ändring av stadgarna.

BILAGA 4

Sammandrag av redogörelse för undersökning rörande diskutabla säljfrämjande metoder

Av Ulf af Trolle

Föreliggande undersökning, som utförts på uppdrag av utredningen om illojal konkurrens, är i första hand avsedd att tjäna som underlag för en bedömning av behovet av lagstiftning mot vissa former av säljfrämjande åtgärder. Om en sådan lagstiftning skulle finnas vara nödvändig, är undersökningen även avsedd att ge riktlinjer för den lämpliga utformningen av lagstiftningen ifråga, i den mån denna bestämmas av åtgärdernas art, frekvens och verkningar.

Med denna allmänna målsättning är undersökningen främst avsedd att fylla följande tre huvuduppgifter:

1. Att beskriva de olika typer av säljfrämjande åtgärder, som kan tänkas böra motverkas genom lagstiftning, d. v. s. »diskutabla» säljfrämjande åtgärder.

2. Att ge en ungefärlig uppfattning om de viktigaste »diskutabla» åtgärdernas (metodernas) frekvens.

3. Att ge en bedömning av de olika metodernas verkningar från synpunkter, som är relevanta med hänsyn till en eventuell lagstiftning.

Redogörelsen för undersökningen här uppdelats i sju huvudavsnitt.

I det första ges en inledande översikt över undersökningens problem och avgränsningar.

I det andra beskrives mot bakgrund härav undersökningens metodik och genomförande.

I de tredje—sjunde avsnitten slutligen återges undersökningens resultat enligt den disposition, som avslutar framställningen i det andra huvudavsnittet.

Undersökningens problem och avgränsning

Lagstiftningsproblemets olika etapper

Föreliggande undersökning utgör som nämnts ett led i det arbete som bedrivs av utredningen om illojal konkurrens, och som är avsett att leda till en revision av nuvarande svenska lagstiftning mot illojal konkurrens, vilken allmänt anses vara föråldrad och även otillfredsställande i andra avseenden.

Utredningens reformarbete omfattar i princip följande olika etapper:

1. I första hand måste utredningen fastställa vilka olika konkurrensåtgärder, som skall anses vara sådana, att de måste motarbetas genom en lagstiftning.

2. I andra hand måste utredningen för var och en av dessa åtgärder fastställa den lämpligaste utformningen av en erforderlig lagstiftning. Den väsentliga frågan är därvid, huruvida åtgärden ifråga bäst angripes genom en specialbestämmelse eller genom en generalklausul.

3. På grundval av bedömningarna av de enskilda konkurrensåtgärderna måste utredningen i tredje hand söka utforma ett system av bestämmelser, som tillsammans gör det möjligt att uppnå den avsedda effekten på bästa sätt. Detta arbete omfattar även utformningen av ett sanktionssystem.

4. I sista hand måste utredningen avgöra i vilken utsträckning ett så utformat system av lagbestämmelser eventuellt bör modifieras i syfte att nå överensstämmelse med nordisk eller annan internationell praxis.

Den första av de återgivna etapperna innefattar främst en bedömning av olika konkurrensmetoders ekonomiska konsekvenser i olika avseenden, medan de tre sista etapperna i huvudsak är av lagteknisk art. De omfattar konstruktionen av ett system av lagbestämmelser, sedan det väl fastställts vilka konkurrensmetoder som bör motarbetas genom lagstiftning.

Gränsen mellan de ekonomiska och de juridiska bedömningarna är emellertid ej skarp. Redan ett avgörande om vilka konkurrensmetoder, som skall motarbetas genom lagstiftning, kräver juridiska bedömningar. Likaledes kan en lagstiftning i vissa utformningar kräva ekonomiska bedömningar i sin tillämpning. Dessa frågor beröres ytterligare längre fram.

Undersökningens begränsning

Den här presenterade undersökningen är helt begränsad till att gälla den första etappen av lagstiftningsarbetet. Enligt det ursprungligen givna uppdraget skulle undersökningen därjämte begränsas till att ge en beskrivning av olika konkurrensmetoder, som eventuellt borde bli föremål för lagstiftning, medan bedömningarna helt skulle verkställas inom utredningen om illojal konkurrens. Sedermera har det befunnits lämpligt, att undersökningen även borde utmynna i en bedömning av de olika konkurrensåtgärderna.

Såsom kommer att framgå i det följande måste en bedömning av konkurrensmetoderna och därmed av behovet av en lagstiftning bli subjektivt färgad. Varje bedömares inställning till en viss konkurrensmetod måste i betydande utsträckning utgöra en funktion av hans allmänna inställning till konkurrens såsom sådan. Det ligger vidare i sakens natur, att varje bedömning måste bli mer eller mindre tidsbunden, genom att vara påverkad av det allmänna konkurrensklimatet vid tidpunkten för bedömningen.

Författarens egen bedömning får sålunda endast ses som ett uttryck för en personlig uppfattning, och värdet i bedömningen ligger mindre i de uttryckta åsikterna än i försöket att skapa en systematisk grund för utredningens bedömning.

Såsom en ytterligare begränsning av undersökningen gäller, att den icke omfattar sådana konkurrensmetoder, som antingen är föremål för särskilda undersökningar inom utredningen om illojal konkurrens eller som bör behandlas inom andra lagar än lagen mot illojal konkurrens.

Sålunda behandlas icke vilseledande reklam i allmänhet i denna undersökning. Däremot omfattar den vissa speciella konkurrensmetoder, som är ägnade att vilseleda köparen.

Frågan om en begränsning av tiderna för realisationer behandlas icke i denna undersökning, då den närmast sammanhänger med näringsfrihetsförordningen. Kopiering av modeller och användning av konkurrenters varumärken ingår icke heller i denna undersökning, då dessa metoder är föremål för särskild lagstiftning.

Bedömningsproblem i samband med en lagstiftning mot illojal konkurrens

Såsom inledningsvis framgått är undersökningen i första hand avsedd att tjäna som underlag för en bedömning av behovet av en lagstiftning mot vissa former av säljfrämjande åtgärder. Detta förutsätter, att de olika åtgärderna granskas och bedömes med hjälp av relevanta bedömningskriterier, *innan* ett beslut om lagstiftning fattas.

Det förutsättes, att man på grundval av en sådan bedömning finner, att en lagstiftning är erforderlig. Denna kan då utformas på olika sätt, men oavsett hur den utformas, kommer även tillämpningen att kräva mer eller mindre svåra bedömningar i varje enskilt fall. För dessa bedömningar måste lagstiftaren i möjligaste mån utarbeta riktlinjer, som får formen av bedömningskriterier.

Skillnaden mellan de ovan angivna bedömningsstadierna — *före* lagens tillkomst och i samband med dess *tillämpning* — kan illustreras med en hänvisning till gällande lagstiftning mot konkurrensbegränsningar.

Nyetableringssakkunniga, som utarbetade förslaget till 1953 års lagstiftning mot konkurrensbegränsningar, verkställde omfattande utredningar i syfte att bedöma behovet av en lagstiftning jämte den lämpligaste utformningen av denna. De slutsatser som sedermera lades till grund för lagförslaget kan sammanfattas på följande sätt:

1. Två typer av konkurrensbegränsningar, nämligen det s. k. bruttoprissystemet samt anbudskarteller, bedömdes vara generellt skadliga och ansågs böra kriminaliseras ehuru med en dispensmöjlighet för undantagsfall. Lagen utformades i enlighet härmed.

2. Övriga typer av konkurrensbegränsningar ansågs icke vara sådana, att de generellt kunde betraktas som samhällsskadliga. Det ansågs, att varje fall måste bedömas för sig. För sådana fall omfattar lagen vissa anvisningar om bedömningskriterier, som skall användas vid granskningen av de enskilda fallen. Mer detaljerade anvisningar återfinnes i förarbetena till lagen. (Det bör dock nämnas, att man i huvudsak lämnade frågan om bedömningskriterierna öppen för att så småningom avgöras genom praxis.)

De olika bedömningarna kan karakteriseras på följande sätt:

De bedömningar som gjordes såsom underlag för lagens utformning avsåg i huvudsak de olika konkurrensbegränsningarnas verkningar.

Tillämpningen av lagen kräver i sin tur två typer av bedömningar. Den första typen avser de båda förbudsfallen. Det är här fråga om juridiska bedömningar, där huvudfrågan är huruvida en viss typ av prissättning resp. anbudsförfarande skall betraktas som bruttoprissättning eller anbudskartell i lagens mening.

Den andra typen av bedömningar avser de övriga fallen och riktas helt mot verkningarna av konkurrensbegränsningen, d. v. s. är i huvudsak av ekonomisk art i detta fall.

Den förra typen av bedömningar, d. v. s. den juridiska, medför i regel avsevärt mindre problem än den senare, d. v. s. den ekonomiska. Den senare är ofrånkomligt subjektiv, då det oftast är omöjligt att bevisa att en konkurrensbegränsning haft vissa verkningar. Även den juridiska bedömningen kan i undantagsfall medföra svårigheter, vilket framgått av vissa fall rörande anbudsförfarande. Skillnaden i svårighetsgrad är emellertid påtaglig.

Konstruktionen av en lagstiftning mot illojal konkurrens medför i princip samma typer av bedömningsproblem.

Inledningsvis är det nödvändigt att bedöma de olika konkurrensmetoderna i syfte att fastställa vilka som skall motarbetas genom en lagstiftning.

Oavsett lagens utformning kräver den därefter fortsatta bedömningar. Om lagen utformas i form av preciserade specialbestämmelser, inskränkes bedömningen till att avgöra huruvida ett visst förfarande faller inom ramen för lagen eller ej. Om den däremot ges formen av en generalklausul, måste andra bedömningskriterier utarbetas, t. ex. sådana som i likhet med konkurrensbegränsningslagens knutits till metodens verkningar.

I denna undersökning diskuteras endast de bedömningar som måste göras, innan det fastställs vilka företeelser, som man önskar motarbeta. Det ligger utanför uppdraget att taga ställning till utformningen av en eventuell lagstiftning och därmed till utformningen av de kriterier, som skall användas vid lagens tillämpning. Det bör dock nämnas, att bedömningsproblemen enligt författarens åsikt är desamma som vid tillämpning av konkurrensbegränsningslagens specialbestämmelser resp. generalklausul.

Översikt över tänkbara bedömningskriterier såsom underlag för bedömning av behovet av lagstiftning

En bedömning av behovet av en lagstiftning mot illojal konkurrens synes kunna grundas på två olika typer av bedömningskriterier:

A. Sådana kriterier, som avser egenskaper hos *metoderna* som sådana, helt utan hänsyn till dessas verkningar.

B. Sådana kriterier, som avser *verkningarna* av metoderna.

Såsom exempel på den första typen av kriterier kan väljas egenskaper såsom »vilsledande» och »aggressiva». Oavsett huruvida metoder med dessa egenskaper medför skadliga verkningar för någon, skulle det kunna hävdas att de bör motarbetas av etiska skäl.

Vid en användning av den andra typen av bedömningskriterier, d. v. s. verkningarna av metoden, är det nödvändigt att fastställa ur vilka synpunkter som verkningarna skall bedömas. Skall en metod anses vara illojal, om den t. ex. skadar konkurrenterna? Konsumenterna? Återförsäljarna som köpare? Eller tredje man?

I det följande behandlas de olika bedömningskriterierna.

Bedömning av metoden såsom sådan

Varje bedömning av en metod såsom sådan måste med nödvändighet bli subjektiv. Vad den ene anser vara etiskt förkastligt, kan av den andre anses vara fullt normalt. Vidare kan bedömningen ändras från tid till annan.

Under 1930-talet lyckades man t. ex. i de flesta amerikanska stater genomföra en »fair trade law», som i huvudsak innebär, att en återförsäljare icke får sälja en vara under inköpskostnaden resp. under ett av leverantören fastställt minimipris. Den kampanj som ledde till denna lagstiftning byggde på uppfattningen, att en återförsäljare som sålde till »underpris» uppträdde illojalt. Även i Sverige gjorde sig samma uppfattning gällande i stor utsträckning, vilket bl. a. framgått av Nyetableringssakkunnigas utredning.

Under efterkrigstiden har det skett en påtaglig omsvängning i uppfattningen såväl i USA som i Sverige. I USA har sålunda den beskrivna lagstiftningen slopats i många stater, och få personer i Sverige skulle idag vilja beteckna t. ex. en försäljning under riktpis som något i sig illojalt.

Såvitt författaren kan bedöma finns det endast en egenskap hos en konkurrens-

metod, som idag torde betraktas som illojal av alla — eller i varje fall de flesta — bedömare, nämligen att den är ägnad att vilseleda köparen. Författaren delar denna uppfattning. En konsekvens härav är, att verkningarna av en sådan metod ej kräver någon bedömning. Det presumeras att de är skadliga.

Även andra egenskaper skulle kunna tänkas vara sådana, att de bör motarbetas genom lagstiftning, t. ex. »aggressivitet» i form av en överrumpling av köparen. Någon generell bedömning kan dock ej ske. Frågan huruvida någon annan egenskap än »ägnad att vilseleda» bör motarbetas genom lagstiftning kan endast diskuteras med utgångspunkt från konkreta fall.

Bedömning av verkningarna

Bedömning ur konkurrenternas synpunkt

Varje bedömning av verkningarna av en säljfrämjande metod ur konkurrenternas synpunkt måste ses mot bakgrund av den rådande konkurrensfilosofin, vilken i vårt land tagit sig uttryck i lagstiftningen mot konkurrensbegränsningar. Denna lagstiftning bygger på uppfattningen, att en obunden konkurrens bör eftersträvas. Därmed har man även accepterat tanken, att ett företag skall ha rätt att »skada» ett annat företag genom sina konkurrensåtgärder. En framgångsrik konkurrensinsats, vare sig den sker genom priskonkurrens, reklam, personlig bearbetning eller på annat sätt, medför i princip att konkurrenterna kan få en minskad marknadsandel.

Denna inställning har även kommit till uttryck i departementschefens direktiv till utredningen om illojal konkurrens. Det har understrukits, att det självfallet måste beaktas, att ur allmän synpunkt skadlig konkurrensbegränsning ej fick främjas utan i stället såvitt möjligt motverkas.

Det förhållandet att en konkurrensmetod skadar konkurrenterna kan sålunda ej i och för sig medföra, att konkurrensmetoden betraktas som illojal. För att den skall betraktas som illojal måste bedömningen kunna grundas på något annat än skadan för konkurrenterna.

I detta sammanhang bör en generell fråga beröras, nämligen huruvida det skall tillmätas någon betydelse, att olika konkurrerande företag har olika stora möjligheter att utnyttja vissa konkurrensmedel. Vissa typer av konkurrensinsatser kräver så stora ekonomiska insatser för att nå effekt, att de endast kan användas av större företag. Såsom exempel kan nämnas en reklaminsats för ett producentföretag. Enligt författarens uppfattning kan detta icke tillmätas någon betydelse. Mot sådana fördelar för storföretagen står ofta nackdelar i andra avseenden, t. ex. av administrativ art, och det skulle medföra besynnerliga resultat, om man använde en lagstiftning mot illojal konkurrens som ett medel att utjämna vissa skillnader i konkurrensförutsättningarna utan att söka utjämna andra. Lagstiftningen bör icke få användas som ett medel att söka skapa en viss struktur på näringslivet.

Bedömning ur konsumenters synpunkt

I och med att man accepterat tanken, att man bör eftersträva en obunden konkurrens i konsumenternas intresse, följer därav att man bör motarbeta sådana konkurrensmetoder, som skadar konsumenterna. Det är tydligt att skada för konsumenten måste bedömas på ett annat sätt än skada för konkurrenten.

Denna principiellt klara inställning medför emellertid vissa praktiska tillämpningsproblem. Det torde icke finnas någon konkurrensmetod, som icke kan vara till skada för åtminstone någon konsument. Ju mer varierat utbudet blir genom

användningen av olika konkurrensmedel — kvalitet, sortiment, pris etc. — desto större möjligheter har den enskilde konsumenten att göra ett »felaktigt val», d. v. s. något som icke ger den största tillfredsställelsen för konsumenten, mätt antingen med dennes egen värderingsskala eller med någon form av objektiv skala. Det förhållandet, att en vara säljes billigare i andra änden av staden kan t. ex. medföra, att en konsument lägger ned mer pengar på transporter än vad som kan intjänas på köpen.

Vid en bedömning av verkningarna för konsumenten, måste man bortse från sådana möjligheter, som helt sammanhänger med konkurrensens egenskap att skapa variation i olika avseenden. Bedömningen måste ske med utgångspunkt från en fäinkt konsument med normalt förutseende. Den väsentliga frågan synes vara: Kan en »normalkonsument» förväntas undvika skada genom att låta bli att köpa varan ifråga? Om detta icke är fallet, finns det anledning att betrakta metoden som illojal.

Bedömning med hänsyn till återförsäljaren som köpare

En återförsäljare löper i princip samma risker som konsumenten att i sin egenskap av köpare skadas av en konkurrensmetod, som användes av dess leverantörer.

I princip synes bedömningen böra ske på samma sätt som ifråga om konsumenten, men det är tydligt att man bör kunna ställa större krav på den normala yrkesköparens förutseende än på konsumentens.

Bedömning ur tredje mans synpunkt

En konkurrensmetod berör i regel endast konkurrenter och köpare, men den kan i undantagsfall även beröra något som kan kallas för »tredje man».

Såsom ett exempel kan nämnas gratisutdelning av tvättmedel eller dylikt direkt från producent till konsument. Återförsäljaren mister härigenom motsvarande försäljning.

Såsom ett annat exempel kan nämnas, att en producent anordnar en pristävling bland sina detaljhandelskunders försäljare. Priser utdelas till de försäljare, som sålt mest av producentens varor under en viss tid. Om detaljhandelsföretagens chefer ej är underrättade om tävlingen, intar de i princip en ställning som »tredje man».

Den väsentliga frågan synes här vara i vilken utsträckning som tredje man kan skydda sig från eventuellt skadliga verkningar av konkurrensmetoden ifråga. Om tredje man saknar möjlighet att skydda sig, bör ett skydd skapas i annan form, t. ex. genom lagstiftning mot illojal konkurrens.

Bedömningsnormer

Den föregående framställningen kan sammanfattas på följande sätt:

En metod, som är ägnad att vilseleda köparen, anses generellt vara sådan, att den bör motarbetas genom lagstiftning. Ingen annan egenskap hos konkurrensmetoderna har apriori ansetts vara sådan att den utdömer en metod, men en granskning av konkreta fall kan rikta uppmärksamheten mot andra diskutabla egenskaper.

Det förhållandet, att en metod skadar konkurrenterna, saknar betydelse i bedömningen. Varje effektiv konkurrensinsats kan förutsättas skada konkurrenterna, vilket är helt i överensstämmelse med konkurrensens väsen.

Däremot bör man motarbeta sådana konkurrensmetoder, som skadar normalt förutseende konsumenter. Den väsentliga frågan är därvid: Kan en »normalkonsument» förväntas undvika skada genom att låta bli att köpa varan ifråga?

Samma betraktelsesätt bör i princip tillämpas på återförsäljaren som köpare, men större krav bör ställas på yrkesköparens förutseende, d. v. s. möjligheter att undvika skada.

I den mån som en viss konkurrensmetod skadar tredje man — d. v. s. någon som ej direkt beröres av metoden som säljare eller köpare — bör den motarbetas, om vederbörande ej har möjlighet att med normalt förutseende undvika skadan.

Grundläggande förutsättning för varje bedömning

I huvudavsnitten 3 och följande göres en bedömning av olika konkurrensmetoder. Härvid förutsättes generellt, att en lagstiftning mot illojal konkurrens innehåller en lagbestämmelse mot metoder, som är *ägnade att vilseleda köparen*.

I några av de redovisade fallen är vilseledandet en integrerande del av metoden. Redan i definitionen av metoden, t. ex. användning av »hemmagjort riktpreis», ingår begreppet vilseledande. I så gott som varje annan metod kan det förekomma ett vilseledande moment. I den mån detta är fallet, förutsättes den täckas av ovan nämnda lagbestämmelse. Bedömningen avser sålunda endast sådana fall, där metoden icke innehåller något vilseledande moment.

Undersökningens metodik och genomförande

Begreppet »diskutabel» säljfrämjande åtgärd

Undersökningens grundläggande begrepp är »diskutabel» säljfrämjande åtgärd. Härmed avses en säljfrämjande metod, som *kan tänkas* vara sådan, att den bör motverkas i en lagstiftning mot illojal konkurrens.

Uttrycket »kan tänkas» utgör dock icke någon klar avgränsning av begreppet såsom underlag för en undersökning. Huruvida en metod »kan tänkas» vara diskutabel eller ej är en personlig bedömningsfråga. En metod, som av den ene bedömaren anses vara så diskutabel, att den bör motverkas genom en lagstiftning, kan av den andre anses vara en så normal konkurrensåtgärd, att den icke ens bör göras till föremål för överväganden i detta sammanhang. Det har därför varit nödvändigt att finna någon form av precisering, som icke innefattar någon begränsning, vilken kan få betydelse i övervägandena kring en lagstiftning. I första hand har det därvid varit nödvändigt tillse, att det icke uppstår någon subjektivt betoad begränsning redan i planeringen av undersökningen.

Följande lösning har valts. Med »diskutabel» säljfrämjande metod har avsetts varje metod, som uppfyller något av följande krav;

- a) att den betecknats som diskutabel av någon i undersökningen deltagande person inom ett företag eller en organisation, totalt ca 350 personer,
- b) att den någonstans i tillgänglig litteratur anförts såsom exempel på åtgärd, som borde bli föremål för lagstiftning eller överväganden härom,
- c) att den i något av de nordiska grannländerna utgör en åtgärd, som blivit föremål för behandling inför domstol.

Om en metod icke kan betraktas som diskutabel enligt något av dessa kriterier, är det osannolikt, att lagstiftaren skulle göra det.

Det bör anmärkas, att det även med denna vida definition är en ofrånkomlig begränsning av undersökningen, att den endast kan omfatta sådana typer av »diskutabla» säljfrämjande metoder, som f. n. är kända. Andra typer kan komma att uppträda.

Allmän plan för undersökningen

Mot den återgivna allmänna bakgrunden har det efter granskning av olika möjligheter befunnits vara nödvändigt att bedriva undersökningen i tre etapper enligt följande:

1. I en första etapp av undersökningen har målet varit att precisera så många olika typer av »diskutabla» säljfrämjande åtgärder som möjligt. Detta har bl. a. skett genom litteraturstudier och relativt begränsade intervjuundersökningar. (Den inledande undersökningen.)

2. Den inledande undersökningen har lett till en första lista med typfall på olika »diskutabla» säljfrämjande åtgärder. Denna lista har återgivits i ett formulär, som tillställts ett större antal företag inom olika branscher och distributionsled. Dessa har i första hand ombetts att — enligt några olika alternativ — ange, huruvida de kan lämna konkreta exempel på fall av angivna typer. I andra hand har de ombetts att därutöver ange, huruvida de kan lämna exempel på andra fall av »diskutabla» åtgärder, som icke kan hänföras till formulärets olika typfall. (Formulärundersökningen.)

3. Företag, som lämnat jakande svar för någon typ av fall eller angivit sig kunna uppge andra typer av fall, har sedermera intervjuats personligen (per telefon eller vid besök), varvid detaljerade uppgifter om fallen insamlats. (Intervjuundersökningen.)

Såsom synes ovan har det formulär som tillställts företagen i den andra etappen omfattat en förteckning över olika »diskutabla» fall. I ett första prov användes ett formulär med öppna frågor utan exempel, men denna metod måste överges av följande skäl:

a) Det kunde väntas, att svarsprocenten skulle bli mycket låg, när företagen regelmässigt måste lämna beskrivningar på fall i sina svar.

b) Det kunde därutöver väntas, att man skulle få mycket få fall, när företagen icke fick något stöd för minnet i form av exempel. Vidare skulle en lista på typfall klargöra undersökningens innebörd på ett bättre sätt än något annat.

c) Slutligen skulle en lista på typfall i formuläret göra det lättare att bedöma de olika företeelsernas relativa frekvens. Det bör dock observeras, att denna synpunkt endast gäller de typfall, som medtagits i formuläret — icke nya fall, som kunde uppkomma under undersökningens gång.

Det är emellertid tydligt, att den i formuläret återgivna listan kunnat påverka deltagarnas uppfattning om vad som skall anses vara ett »diskutabelt» fall. I den mån detta skett har det emellertid verkat i den riktningen, att det stimulerat dem att uppge fler fall än vad som eljest skulle ha varit fallet. Den därpå följande intervjuundersökningen har inneburit en effektiv kontroll över att det icke kommit med jakande svar utan sakligt underlag.

I det följande lämnas en närmare beskrivning över undersökningens olika etapper.

Den inledande undersökningen

Den inledande undersökningen har såsom nämnts omfattat litteraturstudier och intervjuer. Materialet har därvid varit följande:

A. För litteraturstudierna

1. Uttalanden av Stockholms Handelskammars Opinionsnämnd åren 1935—1938 och av Näringslivets Opinionsnämnd åren 1939—1951, återgivna i skriften *God affärssed och illojal konkurrens*, Stockholm 1953.

2. Bedömning av fall enligt den danska lagstiftningen, återgivna i *Haandbog i konkurrencelovgivningen*, Benny Levin, Köpenhamn 1944.

3. Bedömning av fall enligt den norska lagstiftningen, återgivna i *Lov om utilbørlig konkurranse*, Stockfleth Andersen, Oslo 1954, och i *Utilbørlig konkurranse*, Th. G. Thorsen, Oslo 1945.

4. Sammanställning av svar å rundfråga, avseende synpunkter på och önskemål ifråga om en reviderad lagstiftning om illojal konkurrens, stencilerad skrift, Stockholm 1959, sammanställd av utredningen om illojal konkurrens.

B. För intervjuerna

1. 40 försäljningschefer i industriföretag i olika branscher. Ingen planläggning av urvalet har skett, utan intervjuerna har i regel skett i samband med att utredningsmannen träffat dem i samband med andra undersökningar, kursverksamhet etc.

2. 29 chefer för grosshandelsföretag och detaljhandelsföretag i Göteborg. Inom varje bransch har endast en företrädare intervjuats. Urvalet har gjorts i samarbete med Göteborgs Köpmannaförbund.

3. Samtliga köpmannaförbund i landet samt samtliga branschföreningar i Sveriges Köpmannaförbund har tillställts skrivelser, vari de ombetts att återge exempel på »diskutabla» säljfrämjande metoder. Dessa skrivelser har sedermera utmynnat i personliga konferenser med företrädare för Göteborgs Köpmannaförbund och Sveriges Köpmannaförbund.

4. Sedan 1930-talet har man inom Sveriges Köpmannaförbund systematiskt insamlat uppgifter om diskutabla säljfrämjande åtgärder. Hela detta material har ställts till utredningens förfogande. I materialet ingår bl. a. en förteckning över olika fall, som behandlats enligt gällande lagstiftning mot illojal konkurrens.

Den inledande undersökningen utmynnade i en preliminär lista över typfall, som utarbetades före punkterna B 3 och B 4 ovan. Listan har sedermera kompletterats med fall, som påträffats enligt punkterna B 3 och B 4 ovan, och lagts till grund för formuläret i formulärundersökningen.

Formulärundersökningen

I samråd med representanter för köpmannaförbunden ansågs det, att en ytterligare undersökning inom detaljhandeln icke skulle ge några nya fall eller i övrigt några erfarenheter av värde. Det inom köpmannaförbunden samlade materialet kunde anses vara tillräckligt omfattande.

Formulärundersökningen begränsades därför till industriföretag och grosshandelsföretag jämte ett antal företag av integrerad typ. Beteckningen »handelsföretag» i undersökningen avser sålunda i huvudsak grosshandelsföretag men därjämte några stora kedjeföretag m. fl.

Vid planläggningen av formulärundersökningen verkställdes en stratifiering av företagspopulationen dels med hänsyn till branscher, dels med hänsyn till företagens storlek; det senare i grupperna »stora företag», »medelstora företag» och »små företag». Inom varje grupp eftersträvades ett i möjligaste mån slumpmässigt urval av företag. Gruppen »stora företag», som omfattar ca en tredjedel av samtliga utvalda företag, har emellertid avgränsats så, att så gott som samtliga svenska storföretag medtagits i undersökningen. Vid bearbetningen av svaren har det visat sig, att det icke kunnat konstateras några som helst skillnader mellan stora, medelstora och små företag, och denna uppdelning har sålunda helt släppts i bearbetningen. Däremot har det visat sig föreliggande skillnader mellan olika branscher.

Formulärundersökningen har omfattat följande material:

Industriföretag: Sammanlagt 345 industriföretag i olika branscher har tillställts formuläret. Totalt har erhållits 201 svar (58,3 procent), varav 86 innehållit jakande svar på någon av formulärets frågor, medan övriga 115 innehållit enbart nekande svar. Antalet »positiva» svar utgör 42,8 procent av totala antalet svar.

Handelsföretag: Sammanlagt 121 handelsföretag i olika branscher har tillställts formuläret. Totalt har erhållits 56 svar (46,3 procent), varav 30 innehållit jakande svar på någon av formulärets frågor, medan övriga 26 endast innehållit nekande svar. Antalet »positiva» svar utgör 53,6 procent av totala antalet svar.

Kombinerade industri- och handelsföretag: Sammanlagt 46 kombinerade industri- och handelsföretag har tillställts formuläret. Totalt har erhållits 16 svar (34,8 procent), varav 6 innehållit jakande svar på någon av formulärets frågor, medan övriga 10 endast innehållit nekande svar. Antalet »positiva» svar utgör 37,5 procent av totala antalet svar, men det ringa antalet företag i denna grupp bör observeras.

Såsom synes har det förekommit ett betydande bortfall. Detta synes dock sakna betydelse för undersökningen, eftersom det icke finns någon anledning att vänta, att de ej deltagande företagen skulle känna till några av övriga företag ej kända fall. Det finns anledning förmoda, att de ej deltagande företagen i dominerande utsträckning skulle ha svarat nekande på formulärets frågor. När den sista påminnelsen utsändes, angavs nämligen i påminnelsebrevet, att man ansåg sig vara berättigad att betrakta ett uteblivet svar som ett nekande svar. Vid en strikt bedömning är detta naturligtvis icke möjligt att göra, men undersökningens art gör det dock troligt, att de som verkligen haft erfarenhet av diskutabla säljfrämjande metoder haft intresse att tillställa utredningen uppgifter.

Det kan tilläggas, att det givetvis icke är möjligt att på grundval av denna undersökning bedöma de olika åtgärdernas absoluta frekvens; endast att få en ungefärlig uppfattning om deras relativa frekvens.

En detaljerad redogörelse för formulärundersökningens resultat har återgivits i en tabellbilaga, som uteslutits i detta sammandrag.

Intervjuundersökningen

Samtliga företag, som lämnat jakande svar på någon fråga, har kontaktats för närmare diskussioner kring de lämnade uppgifterna.

Intervjuerna har i första hand varit avsedda att insamla konkreta fall och har samtidigt inneburit en kontroll av att det funnits ett sakligt underlag för de i formulärundersökningen lämnade uppgifterna. Det har endast i ett fåtal fall visat sig, att man icke haft konkreta fall, som passat in under resp. typfall.

Intervjuerna har även varit avsedda att återge företagens egen bedömning av de olika åtgärdernas verkningar samt deras svar på frågan, huruvida åtgärden bör förbjudas genom någon form av lagstiftning.

Varje intervju har omedelbart efter intervjun utskrivits i två exemplar. Det ena har förvarats i löpnummerföljd i oförändrat skick, medan det andra formuläret klippts sönder, så att varje del endast omfattar en preciserad typ av åtgärd. De sönderklippta delarna har sedan sorterats in i en pärm efter åtgärdens art.

I regel har de intervjuade företagen ställt full diskretion såsom villkor för att lämna ut materialet. Fallen får sålunda endast återges i anonymiserad form. Detta innebär, att vissa fall endast kan medtagas i redovisningen i form av »allmän erfarenhet», nämligen när branschens natur är sådan, att en anonymisering icke är möjligt. Detta förekommer endast i ett fåtal fall.

Intervjuundersökningens resultat återges i det följande i samband med bedömningar av de olika typfallen.

Den följande framställningens disposition och begränsning

De insamlade exemplen på »diskutabla» säljfrämjande åtgärder har i den följande framställningen hänförs till fem olika huvudgrupper, vilka behandlats i var sitt huvudavsnitt, nämligen:

- Grupp 1. Metoder, som i princip innebär någon form av priskonkurrens.
- Grupp 2. Pristävlingar som säljfrämjande åtgärd.
- Grupp 3. Metoder som innefattar något för köparen missvisande moment.
- Grupp 4. Aggressiva konkurrensmetoder.
- Grupp 5. Övriga, ej klassificerade fall.

De återgivna exemplen har som nämnts i möjligaste mån kontrollerats genom besök på företagen. I många fall har det dock ej varit möjligt att verkställa en fullständig kontroll av sanningshalten. Den uppgiftslämnande personen har t. ex. endast återgivit sin version av konkurrenternas beteende, vilken icke behöver stämma helt med verkligheten. Detta bör dock icke minska undersökningens värde i den mån det gäller ett fall, som mycket väl skulle kunna inträffa. Det är emellertid tydligt, att icke alltför mycket avseende får fästas vid uppgifter om metodernas frekvens. De anger endast den relativa storleksordningen mellan typfallen. Av denna anledning har endast ungefärliga frekvensuppgifter återgivits i detta sammandrag.

Alla redovisade typfall har av någon uppgiftslämnare betecknats som en illojal konkurrensmetod, som borde göras till föremål för lagstiftning. I det stora flertalet fall har uppgiftslämnarna emellertid betonat, att de visserligen ansett en metod vara »olustig», »osund» eller dylikt, men att de icke ansett den kräva en lagstiftning.

Det visade sig redan vid de förberedande diskussionerna inom utredningen, att en viss metod kanske som helhet kunde betraktas som oantastlig, medan den i vissa utformningar var mer diskutabel eller direkt skadlig. I redovisningen av fallen var det därför nödvändigt att söka klassificera alla de givna exemplen på olika typfall efter egenskaper, som kunde vara relevanta i bedömningen. Denna princip följdes genomgående med få undantag, även om klassificeringen därigenom i vissa fall fick karaktären av knappologi. Sedan klassificeringen verkställts, visade det sig emellertid att skillnaderna mellan de olika varianterna i de flesta fall framstod såsom oväsentliga för en bedömning. I detta sammandrag har den detaljerade klassificeringen utöver ovan angivna indelning i huvudgrupper därför inte medtagits.

Resultat. Grupp 1. Metoder som i princip innebär någon form av priskonkurrens

Formulär- och intervjuundersökningarna har påvisat ett flertal olika »diskutabla» konkurrensmetoder, som i princip innebär någon form av priskonkurrens, ehuru i speciell form. Till denna grupp har förts följande metoder:

1. Försäljning av viss vara i kombination med s. k. present.
2. Försäljning av viss vara i kombination med försäljning av annan vara.
3. Utdelning av rabattkuponger för inköp av viss vara.
4. Introduktionsrabatter.
5. Försäljning »under inköpspris».
6. Punktprissättning.
7. Särskilda rabatter till intresseföreningar.

Även om säljaren i vissa av dessa metoder söker skapa en uppfattning hos köparen, vilken icke nödvändigtvis behöver vara korrekt — t. ex. ett intryck av allmän prisbillighet — sker detta utan att säljaren begagnar sig av några missvisande

uppgifter. I den mån missvisande uppgifter användes, hänföres metoden till grupp 3.

De olika metoderna skiljer sig från varandra till formen för erbjudandet. Inom varje typ förekommer dessutom i regel ett flertal olika varianter.

I det följande beskrives de olika varianterna.

Försäljning av viss vara i kombination med s.k. present

Metodbeskrivning

Ett företag säljer en viss vara, vilken i det följande benämnes *huvudvaran*. Till en köpare av denna vara lämnar säljaren även en »present», som oftast består av en annan vara. Det är uppenbart, att den s.k. presenten regelmässigt måste vara inkalkylerad i priset för huvudvaran, och att det sålunda icke rör sig om en present i egentlig bemärkelse. Trots detta användes i det följande beteckningen present (gåva) i enlighet med gängse terminologi.

Syfte med metoden

Metoden användes i allmänt försäljningsfrämjande syfte, ehuru ofta med begränsad inriktning, t. ex. för att sätta fart på en artikel, som icke rör sig. Den anses ha god effekt därigenom att den ger ett gott reklamargument, vilket kan sänka reklamkostnaderna för en given effekt. Den betraktas av företagarna som ett direkt alternativ till andra konkurrensmedel, t. ex. prissänkning eller mer omfattande reklam.

Användningsområde

Ca 10 procent av de företag som besvarat frågeformuläret har omnämnt denna konkurrensmetod. Den tillämpas i huvudsak på olika konsumentvaruområden, men den användes även ibland för producentvaror.

Bedömning

Författaren är av den uppfattningen, att konsumenten icke kan skadas, om det icke förekommer något vilseledande moment. Om man anser, att man måste hindra konsumenten från att köpa en vara i kombination med en »present», därför att ett sådant köp anses vara oförnuftigt, måste man i princip även söka hindra konsumenten från att göra varje annat oförnuftigt inköp. Följande fråga kan även ställas: Hur skulle man t. ex. draga gränsen mellan ett fall, där presenten utgöres av en leksak för barnen, och där den utgöres av en urklippsdocka på förpackningen?

Försäljning av viss vara i kombination med försäljning av annan vara

Metodbeskrivning

Ett företag, som säljer flera produkter, gör priset på en vara A beroende av den kvantitet kunden vid ett och samma inköpstillfälle köper av vara B. Som kombinationsutbud av i princip samma slag kan även betraktas det fall, då en vara A på grund av livlig efterfrågan måste ransoneras och tilldelning till kunderna sker i förhållande till dessas inköp av vara B.

Metoden kan utsträckas till att omfatta s. k. sortimentsförsäljning, varvid kombinationen i allmänhet består av flera varor än två.

Syfte med metoden

Metoden användes i syfte att främja den totala försäljningen av företagets produkter eller försäljningen av en viss vara. I jämförelse med »punktprissättning» inne-

bär den fördelar med hänsyn till konkurrensåtgärdens finansiering. Om priskänsligheten för en vara (A) är hög, medan den är låg för en annan vara (B), kan varornas priser sättas så, att den höga priskänsligheten för vara A hjälper upp försäljningen av vara B.

Metoden innebär också fördelar gentemot konkurrenter, som inte har möjlighet att kombinera varor på liknande sätt.

Användningsområde

I formulärundersökningen koncentrerades frågeställningen till det fall, då *priset* på en vara A göres beroende av inköpt kvantitet av en annan vara B. Den sålunda definierade konkurrensformen har omnämnts av ca 5 procent av de företag som besvarat frågeformuläret. Om man under begreppet kombinationsförsäljning även räknar *kvantitativa* villkor vid kombinerade utbud samt s. k. sortimentförsäljning, torde användningsområdet för metoden vara större än vad siffran 5 procent anger.

Konkurrensmetoden förekommer för såväl producentvaror som konsumentvaror.

Bedömning

Bedömningen blir i detta fall densamma som under 1. ovan. Sammankoppling mellan olika varor i sortimentet förekommer i mångahanda former, och författaren ser inga möjligheter att särskilja vissa metoder för en strängare bedömning och icke heller några skäl därtill. (Under ransoneringstider kan förhållandet vara annat, men ett förbud mot kombinationsförsäljning bör då genomföras i form av en tillfällig speciallagstiftning.)

Utdelning av rabattkuponger för inköp av viss vara

Metodbeskrivning

Till potentiella köpare av en vara delar ett företag ut kuponger, som berättigar till rabatt vid inköp av varan ifråga. När en fabrikant eller en återförsäljare i tidigare distributionsled står bakom utdelningen, förutsätter metoden ett redovisningsförfarande för att detaljisten skall kunna gottgöras för den rabatterade försäljningen.

Syfte med metoden

Metoden användes dels i allmänt försäljningsfrämjande syfte, dels och framförallt i syfte att introducera varan på en marknad, där den hittills inte varit representerad. Tanken är då den, att det rabatterade priset gör det möjligt för konsumenten att genom praktiskt bruk övertyga sig om varans förträfflighet, och att man på detta sätt uppnår en bättre effekt än genom reklam av traditionell typ.

Användningsområde

Ca 15 procent av de företag som besvarat frågeformuläret har omnämnt denna konkurrensmetod. Metoden tillämpas huvudsakligen vid försäljning av konsumentvaror, företrädesvis inom den kemisk-tekniska branschen, men även i enstaka fall vid producentvaruförsäljning.

Bedömning

Konsumenten kan icke skadas av att få köpa en vara billigare. Däremot är det tydligt, att en sådan utdelning kan medföra besvär för återförsäljaren, som måste redovisa rabattkupongerna. Om detta besvär är större för återförsäljarna än vad de vill acceptera, synes detta emellertid medföra en självreglering. Konkurrensmeto-

den möter då sådant motstånd, att leverantören icke kan genomföra den. Återförsäljaren har möjlighet att låta bli att sälja varan. Hur skall man f. ö. draga gränsen mellan denna form av ingripande i återförsäljarens ekonomi och andra former, såsom t. ex. leverantörens rätt att sänka en återförsäljarmarginal?

Introduktionsrabatter

Metodbeskrivning

Ett företag, som introducerar en ny vara på en marknad, lämnar särskild rabatt eller annan ekonomisk förmån under varans introduktionstid. Vid beskrivningen av denna metod har förutom formulär- och intervjuundersökningarna även en särskild undersökning stått till förfogande. Den har utförts av civilekonom Holger Formgren.

Syfte med metoden

Metoden användes för att snabbt öka försäljningen av en nyintroducerad vara. Rabatten slopas, när varan har fått en viss spridning och återförsäljare och konsumenter har blivit bekanta med den. Syftet är därvid, att merintäkterna av en större försäljning efter introduktionsperioden skall mer än uppväga det lägre priset under introduktionsperioden.

Användningsområde

Ca 10 procent av de företag som besvarat frågeformuläret har omnämnt denna försäljningsmetod. Konkurrensmetoden tillämpas i huvudsak av fabrikanter på konsumentvaruområden.

Bedömning

Författaren kan icke se, att sådana medför några som helst skadliga verkningar, som skulle kunna motverkas genom lagstiftning.

Försäljning »under inköpspris»

Metodbeskrivning

Ett företag säljer regelmässigt en vara till ett pris, som uppfattas vara lägre än »gängse inköpspris» resp. direkt anges vara detta.

Syfte med metoden

Metoden användes ofta i syfte att ge intryck av allmän prisbillighet, d. v. s. allmänt försäljningsfrämjande, men den kommer därjämte till användning i betryckta marknadslägen för ett företag, t. ex. för att åstadkomma en snabb lagerminskning och därigenom förbättra likviditeten.

Användningsområde

Intet av de i undersökningen deltagande företagen har uppgivit sig själv tillämpa metoden, men ca 5 procent av företagen har uppgivit, att konkurrenter eller kunder använder denna. Metoden synes främst komma till användning inom detaljhandeln men även i bakomliggande led.

Bedömning

Inga skadliga verkningar (för andra än konkurrenterna) kan konstateras.

Punktprissättning

Metodbeskrivning

Ett företag säljer en viss vara till ett pris, som är mycket lågt i jämförelse med gängse pris eller riktpreis. Erbjudandet har karaktär av specialerbjudande av kort varaktighet.

Syfte med metoden

Metoden användes i allmänt försäljningsfrämjande syfte, fast ofta med begränsad inriktning, t. ex. för att öka försäljningen av en artikel, som ligger tungt i lagret eller varav särskilt stora kvantiteter inköpts. Den anses ha god effekt därigenom, att den ger ett intryck av allmän prisbillighet, även när bara ett fåtal varor säljes till lägre pris.

Användningsområde

Ca 15 procent av de företag som besvarat frågeformuläret har omnämnt denna konkurrensmetod. Konkurrensmetoden tillämpas i huvudsak på olika konsumentvaruområden, främst för livsmedel, men kommer ibland även till användning för producentvaror.

Bedömning

Liksom föregående metod kan punktprissättning skada konkurrenten men icke den normalt förutseende köparen.

Särskilda rabatter till intresseföreningar

Metodbeskrivning

De intresseföreningar, som åsyftas i den i formulärundersökningen ställda frågan, kan inrangeras i följande klassificering av samköpsföreningar:

1. Regelrätta butiker, som är knutna till större arbetsplatser och endast tillgängliga för dessas anställda.
2. Förmedlingsverksamhet, som söker uppnå lägre priser genom förbigående av den reguljära detaljhandeln.
3. Prisförmåner, som medlemmarna i en viss yrkeskategori lyckats erhålla från den ordinarie butikshandeln (intresseföreningar).

Då intervjuundersökningen har givit svar, som hänför sig till alla tre typerna av samköpsföreningar, utvidgas behandlingen till att gälla: *Särskilda rabatter till samköpsföreningar.*

Syfte med metoden

Gemensamt för de tre typerna av samköpsföreningar är, att medlemmarna genom dessa försöker erhålla förmånliga priser. De två första typerna erhåller eventuellt förmånliga priser genom maktrabatter men framförallt genom förbigående av den reguljära detaljhandeln. Intresseföreningar användes som maktmedel i syfte att uppnå rabatt eller kredit vid inköp av olika varor i detaljhandeln. De vunna fördelarna för medlemmarna i intresseföreningen är i regel ej förenade med lägre kostnader för butikshandeln.

Användningsområde

Ca 10 procent av de företag som besvarat frågeformuläret har omnämnt denna metod. Konkurrensmetoden tillämpas i huvudsak på olika konsumentvaruområden, och där av konsumenterna gentemot olika leverantörer. Det förekommer också att grossister tillämpar metoden gentemot producenter. (Det finns särskilda undersökningar av samsköpsföreningarnas verksamhet, bl. a. av IDAF och pris- och kartellnämnden.)

Bedömning

I den mån sådana rabatter kan betraktas som skadliga skulle motiveringen vara att de gynnar vissa kunder på andras bekostnad, d. v. s. att de är diskriminerande. Om detta anses vara fallet, bör en bedömning ske enligt regler i lagstiftningen mot konkurrensbegränsningar, som även är tillämplig på diskrimineringsfall.

Resultat. Grupp 2. Pristävlingar som säljfrämjande åtgärd

Pristävlingar utgör en ofta förekommande försäljningsstimulerande metod, i synnerhet inom det enskilda företagets försäljarkår. Det förekommer emellertid även ofta, att säljande företag anordnar pristävlingar bland konsumenter eller bland återförsäljarnas försäljare. De båda senare formerna av pristävlingar har betecknats som »diskutabla» konkurrensmetoder. De behandlas i det följande.

Pristävling bland konsumenter

Metodbeskrivning

Ett företag inbjuder till pristävling. Deltagarna uppmanas att utföra en viss föreskriven prestation. För dem som fullgör prestationen ställs priser i utsikt.

Syfte med metoden

Metoden används i allmänt försäljningsfrämjande syfte. Den används ofta för att stimulera intresset för en ny vara. Den betraktas av företagen som ett alternativ till andra konkurrensmedel t. ex. prissänkning.

Användningsområde

Ca 10 procent av de företag som besvarat frågeformuläret har lämnat exempel på användningen av denna konkurrensmetod. Konkurrensmetoden tillämpas i huvudsak på olika konsumentvaruområden.

Bedömning

I den mån som förutsättningarna för pristävlingen redovisas för konsumenten, kan metoden icke anses vara illojal, även om det föreligger köptvång för att få delta i tävlingen. Konsumenten har samma möjlighet att låta bli att delta i tävlingen som t. ex. i ett lotteri, där den statistiska chansen att vinna är obetydlig. Om förutsättningarna icke redovisas på ett tillfredsställande sätt, bör detta kunna angripas med bestämmelser mot metoder, som är ägnade att vilseleda, om dessa göres tillräckligt vida.

Pristävling bland återförsäljares försäljare*Metodbeskrivning*

En fabrikant anordnar en tävling bland kundernas (återförsäljarnas) försäljare med priser för de bästa försäljningsprestationerna.

Syfte med metoden

Metoden användes i syfte att stimulera försäljarnas intresse för och ansträngningar vid försäljning av viss vara. Grundsytet kan vara både att främja försäljningen av denna speciella vara överhuvud och att främja försäljningen av denna speciella vara i förhållande till konkurrerande varor. Metoden betraktas av företagen som ett direkt alternativ till andra konkurrensmedel, t. ex. prissänkning, mer omfattande reklam etc.

Användningsområde

Ca 10 procent av de företag som besvarat frågeformuläret har lämnat exempel på användningen av denna konkurrensmetod. Metoden tillämpas särskilt för produktvaror, men den användes även ofta på konsumentvaruområdet.

Bedömning

Metoden är diskutabel endast om den sker i den formen, att leverantören påverkar kundens försäljare till sin förmån utan kundens vetskap. För att detta skall kunna ske kräves även, att försäljaren har en valmöjlighet — d. v. s. valet mellan att sälja leverantörens och andra produkter.

Resultat. Grupp 3. Metoder, som innefattar något för köparen missvisande moment

De metoder som återgivits i grupp 1 innefattar icke automatiskt någon åtgärd, som är påvisbart missvisande för köparen, även om säljaren i flera fall söker skapa en viss — ej nödvändigtvis riktig — uppfattning hos köparen. Den gemensamma nämnaren för de metoder, som återges i föreliggande huvudgrupp, är användningen av missvisande uppgifter eller åtgärder, som är påtagligt avsedda att ge en felaktig uppfattning hos köparen.

Till denna grupp har följande metoder förts:

1. Missvisande riktpreis som jämförelse
2. Förespeglad, ej verklig favör
3. Diskutabel varubeteckning
4. Missvisande kvalitetsprov

De fyra metoderna omfattar vissa speciella former, som särskilt omnämnts i undersökningen. Därtill kommer alla de andra otaliga former av missvisande uppgifter, som kan lämnas i reklam, kundbrev etc. Dessa former ingår ej i denna undersökning.

Bedömningen är gemensam för alla fyra metoderna.

Missvisande riktpreis som jämförelse*Metodbeskrivning*

Säljaren påstår i sin kundbearbetning, t. ex. i reklam, att den vara som han utbjuder är åsatt ett visst riktpreis, vilket han själv underskriver mycket starkt. I verkligheten anger det sålunda uppgivna riktpriiset icke någon normalt tillämpad prisnivå hos konkurrenterna.

Syfte med metoden

Den oftast generöst tilltagna rabatten, som räknas på det missvisande riktpriiset (eller underskridande i annan form) är avsedd att skapa en uppfattning om ett mycket förmånligt erbjudande hos köparen.

Användningen av beteckningen »riktpreis» är därjämte avsedd att skapa förtroende för varan och priset.

Användningsområde

Ca 10 procent av de tillfrågade företagen har omnämnt denna konkurrensmetod. Den tillämpas främst av företag, som säljer direkt till konsumenter. Sådana företag ingår icke i formulär- och intervjuundersökningarna.

Förespeglad, ej verklig favör*Metodbeskrivning*

De i undersökningen återgivna exemplen under denna rubrik hänför sig uteslutande till åtgärder i samband med införandet av omsättningsskatten. Formen har därvid varit, att företag uppgivit sig »betala omsättningsskatten». I samband härmed har tidigare kassarabatt slopats.

Syfte med metoden

Syftet med metoden är uppenbarligen att hos köparen skapa en uppfattning om ett särskilt förmånligt erbjudande i motsats till konkurrenternas erbjudande.

Användningsområde

På grund av omsättningsskattens natur kunde metoden endast tillämpas av detaljister vid försäljning till konsumenter. Uppgifter om antalet påträffade fall ger ingen upplysning om frekvensen, eftersom det rör sig om en tillfällig konkurrensmetod, som använts ett halvår till ett år före undersökningen.

Diskutabel varubeteckning*Metodbeskrivning*

Ett företag säljer en vara under en varubeteckning, som inte svarar mot varans faktiska egenskaper utan antyder en bättre vara i något avseende.

Syfte med metoden

Metoden synes användas med två besläktade syften.

Det första är att associera priset på den egna varan med priset på den vara som varubeteckningen antyder. Ett högre pris än normalt kan därigenom uttagas på den egna varan.

Det andra syftet är allmänt försäljningsfrämjande. Företaget använder då ett pris på sin vara, som ligger klart under det varupris, som en vara enligt varubeteckningen vanligen betingar.

Användningsområde

Ca 5 procent av de företag som besvarat frågeformuläret har omnämnt denna konkurrensmetod. Metoden tillämpas i huvudsak på olika producentvaruområden men användes ibland även för konsumentvaror.

Missvisande kvalitetsprov*Metodbeskrivning*

Ett företag använder sig av missvisande kvalitetsprov vid försäljningen av en vara genom försäljare eller vid reklam för varan. Metoden tillämpas såväl vid försäljning till allmänheten som vid försäljning till återförsäljare.

Användningen av metoden innebär vanligen, att företaget på ett missvisande sätt framhäver den egna varans bättre kvalitetsegenskaper i jämförelse med andra konkurrerande varors egenskaper eller, alternativt, att företaget på ett missvisande sätt framhäver konkurrerande varors sämre kvalitetsegenskaper i jämförelse med den egna varans egenskaper.

Noggrannheten i jämförelsen mellan den egna varan och konkurrerande varor varierar starkt. En jämförelse kan sålunda utslutas helt under försäljningssamtalet eller i reklamen, varvid den dock vanligen underförstås.

Syfte med metoden

Metoden användes vanligen i syfte att främja försäljningen av den egna varan. Syftet kan även vara att i första hand söka minska försäljningen av en konkurrerande vara, varvid företaget dock vanligen räknar med att försäljningen av den egna varan skall öka.

Användningsområde

Ca 5 procent av de företag som besvarat frågeformuläret har lämnat exempel på användningen av denna konkurrensmetod. Metoden tillämpas i huvudsak på olika producentvaruområden, men den användes även ibland för konsumentvaror.

Bedömning av grupp 3, metoderna 1—4

Samtliga metoder kan betraktas som illojala i enlighet med de fastställda bedömningskriterierna.

Resultat. Grupp 4. Aggressiva konkurrensmetoder

Den gemensamma nämnaren för de metoder, som beskrives i det följande, är att de kan anses vara osedvanligt aggressiva antingen gentemot konkurrenterna eller mot kunderna. Följande metoder har exemplifierats i undersökningen:

1. Jämförelse med konkurrents prissättning
2. Hämdaktioner i diskrediterande syfte
3. Bojkottaktioner
4. Överrumpling
5. Utköp i efterhand
6. Övervältring av prestation på konkurrent utan ersättning för denne.

Jämförelse med konkurrents prissättning*Metodbeskrivning*

Ett företag anskaffar en faktura från en konkurrent. Företaget gör en jämförelse mellan vad kunden fått betala till konkurrenten och vad han skulle fått betala, om han i stället köpt från företaget. Vid kundbesök visas sedan konkurrentfakturan jämte uträkningar.

Syfte med metoden

Metoden används huvudsakligen för att förmå kunderna att överge konkurrenten och börja köpa hos företaget i stället. Den används för att påvisa de fördelar kunderna uppnår härigenom.

Metoden synes även ha använts i rent försvarssyfte, t. ex. för att bevisa att en beskyllning är osann.

Användningsområde

Ca 5 procent av de företag som besvarat frågeformuläret har omnämnt denna konkurrensmetod. De flesta exemplen har lämnats av industriföretag.

Bedömning

För att en obunden konkurrens skall kunna verka effektivt och medföra automatiskt välsignelsebringande verkningar kräves, att köparna — även konsumenterna — är i stånd att jämföra de olika erbjudna alternativen på ett rationellt sätt. Köparna måste med andra ord vara upplysta. Informationerna lämnas köparna på en mängd olika sätt, främst genom reklam och varudeklarationer på förpackningar, men även genom muntliga upplysningar i samband med försäljningen. Det samhälleliga intresset för frågan har bl. a. manifesterats genom den statliga konsumentupplysningsverksamheten. Det ligger därför uppenbarligen inte något förkastligt i själva det förhållandet, att köparen beredes tillfälle till en jämförelse mellan olika erbjudanden. (Härvid förutsättes givetvis, att jämförelsen är korrekt och icke vilseledande.)

Det diskutabla ligger sålunda icke i jämförelsen som sådan — en systematisk konsumentupplysning bygger i största utsträckning på jämförelser — utan på det förhållandet, att det är ett konkurrerande företag, som verkställer en jämförelse med konkurrenten till sin förmån. Vid en bedömning härav bör observeras, att det anses strida mot grundreglerna för god reklam att direkt utpeka en konkurrent genom jämförelser i en annons. Huruvida man skall bedöma det här beskrivna fallet — och andra av liknande art — på samma sätt är en subjektiv bedömningsfråga. Författaren är för sin del av uppfattningen, att den i bilagan beskrivna metoden visserligen är olustig, men att det vore orimligt att söka motarbeta den genom lagstiftning. Det göres dagligen otaliga jämförelser mellan de egna och konkurrenternas produkter i försäljningssamtal, och det synes vara meningslöst att ingripa mot ett medium för jämförelsen men icke mot ett annat, som har avsevärt större betydelse, och som man av praktiska skäl inte kan komma åt. Det kan för övrigt frågas var gränsen skulle gå mellan tillåtna och otillåtna — i båda fallen korrekta — meddelanden?

Hämndaktioner i diskrediterande syfte

Metodbeskrivning

En agent eller återförsäljare, som av någon anledning är missnöjd med en leverantör, försöker att »hämnas» på denne genom att försvåra avsättningen av hans produkter. Det sker i detta typfall genom att han söker att diskreditera leverantören i sina egna kunders ögon. I detaljhandelsledet åstadkommes det vanligen genom att handlaren skyltar med — men ej säljer — någon av leverantörens produkter i mycket dåligt skick.

Syfte med metoden

I enstaka fall kan hämndaktionen ha till syfte att av leverantören framtinga viss åtgärd, som av återförsäljaren betraktas som önskvärd, t. ex. inställande av leveranser till intresseföreningar. Flertalet fall torde dock vara att betrakta som renodlade hämndaktioner i den meningen, att återförsäljaren inte kan påräkna någon fördel utöver tillfredsställelsen att ha »klämt åt» leverantören.

Användningsområde

Några procent av de företag som besvarat frågeformuläret har omnämnt denna konkurrensmetod. Metoden tillämpas huvudsakligen i detaljhandelsledet och berör i exemplen uteslutande varaktiga konsumtionsvaror.

Bedömning

De beskrivna hämndaktionerna är enligt författarens uppfattning uppenbart otillbörliga. Helt oavsett det betänkliga i syftet att skada leverantören eller konkurrenten innefattar metoden även ett vilseledande moment. Genom att skylta med leverantörens eller konkurrentens produkt i sönderslaget skick söker man ge konsumenten uppfattningen, att produkten är undermålig och bör undvikas. Metoden bör sålunda kunna angripas redan genom bestämmelser mot sådana konkurrensmetoder, som är ägnade att vilseleda konsumenten, om dessa bestämmelser göres tillräckligt vida. Därjämte är metoden i princip jämställd med »förtal», och om bestämmelserna häremot göres så vida, att de icke endast omfattar verbala framställningar, bör även dessa vara tillämpliga. Vid en bedömning bör också observeras, att de beskrivna beteendet endast förekommer i sällsynta undantagsfall.

Bojkottaktioner

Metodbeskrivning

De bojkottaktioner som är av intresse i detta sammanhang kan beskrivas på följande sätt: Ett antal återförsäljare inom en viss bransch beslutar sig för att inte göra några inköp från en viss leverantör. Beslutet kan ha föregåtts av agitation från enskilda återförsäljare eller branschföreningar.

Syfte med metoden

Syftet kan vara att helt allmänt skada leverantören ifråga, men i regel är avsikten att framtvinga en viss åtgärd. Man kan här skilja mellan tre olika fall:

1. Syftet med bojkotten är att åstadkomma en avstängning av någon konkurrent från leveranser, d. v. s. att åstadkomma en begränsning av konkurrensen.

2. Syftet med bojkotten är att förmå leverantören att avstå från att själv konkurrera med sina kunder. Leverantören uppträder i dessa fall genom direktförsäljning som konkurrent till sina övriga kunder (förbi grossister, som då organiserar bojkotten) eller genom egna butiker (förbi detaljister, som då organiserar bojkotten).

3. Det tredje fallet är av delvis annan art. Syftet är att hämnas på leverantören för någon liden oförrätt, och bojkotten är endast ett medel att uppnå detta mål. Den som vill genomföra hämnden organiserar bojkotten för att nå en större slagkraft. Det kan mycket väl förekomma fall, vari de flesta i bojkotten deltagande företagen inte har något eget intresse av att skada leverantören. De kan ha varit föremål för en upphetsande agitation, som lyckats.

Användningsområde

Tre fall av bojkottaktioner har rapporterats och undersökts.

Bedömning

Fall av den under 1. beskrivna arten bör behandlas enligt konkurrensbegränsningslagen. Beträffande det under 2. beskrivna typfallet kan hävdas, att det valda konkurrensvapnet, bojkotten, är alltför aggressivt och därför otillbörligt, men å andra sidan är det icke möjligt att tvinga en återförsäljare att köpa från en misslaglig leverantör, och varje leverantör som inleder konkurrens med sina egna kunder måste göra detta i klart medvetande om riskerna. Om det under 3. beskriv-

na fallet kan sägas, att metoden är moraliskt förkastlig, men såvitt författaren förstår, går det icke att särskilja den för åtgärd.

Vid genomförandet av bojkottaktionen kan diskutabla medel komma till användning, t. ex. vilseledande upplysningar eller olika former av förtal. I den mån så är fallet, kan användningen av det speciella medlet angripas genom tidigare diskuterade bestämmelser.

Sammanfattningsvis kan konstateras, att konkurrensbegränsningslagen är tillämplig i sådana fall där syftet med bojkotten är att åstadkomma en konkurrensbegränsning, medan man genom andra lagbestämmelser (befintliga, eller under utarbetande) bör kunna stävja användningen av otillbörliga medel i bojkotten. Däremot synes det icke vara riktigt att anse bojkotten såsom sådan vara ett illegalt vapen i konkurrensen.

Överrumpling

Metodbeskrivning

Säljaren får till stånd ett avtal mellan sig själv och köparen genom att förmå köparen att vidtaga en handling, vilken kan anses utgöra ett antagande av säljarens anbud. Säljaren räknar med att köparen inte är medveten om reglerna för slutande av avtal, särskilt att underlåtenhet att avböja ett anbud med vissa undantag (AvtL 9 § samt KommL 5, 79 och 80 §§) inte anses som ett antagande.

Syfte med metoden

Syftet med metoden är att locka köparen in i ett för säljaren förmånligt kontraktförhållande eller att få köparen att tro, att han befinner sig i ett sådant förhållande. Säljarens avsikt är att sedan utnyttja köparens verkliga eller inbillade situation, så att säljaren kan sälja sin vara, inte främst därför att köparen önskar varan, utan därför att köparen känner sig bunden av ett avtal.

Användningsområde

Ca 5 procent av de företag som besvarat frågeformuläret har omnämnt denna metod. Konkurrensmetoden tillämpas huvudsakligen för försäljning av konsumentvaror, såsom t. ex. böcker, och riktar sig i stor utsträckning direkt mot konsumenter.

Bedömning

Författaren saknar f. n. underlag för en bedömning av denna metod, som måste analyseras av jurist.

Utköp i efterhand

Metodbeskrivning

Ett företag erhåller order på en anläggning efter anbud i hård konkurrens. Senare annulleras ordern. Om skadestånd är föreskrivet i avtalet, får säljaren ersättning enligt avtalet. Köparen har i stället köpt anläggningen av en tidigare utslagen konkurrent, som därefter gått ned så mycket i pris, att det räckt till för att betala skadeståndet och att ge köparen ett förmånligare pris.

Användningsområde

Endast ett fåtal fall har konstaterats. De skiljer sig från varandra i detaljer, såsom t. ex. med hänsyn till objektets storlek (från något tiotusental kronor till anläggningar för miljonbelopp).

Bedömning

Det i typfallet beskrivna förfarandet kan betecknas såsom olustigt, men enligt författaren finns det ingen anledning att söka ingripa mot förfarandet genom bestämmelser i en lagstiftning mot illojal konkurrens. *Innan* anbudet antages av köparen, har leverantören uppenbarligen inte förvärvat någon rätt att erhålla en order. Den rätt säljaren därefter förvärvat genom att anbudet antages kan helt regleras i köpeavtalet. Säljaren har i princip möjlighet att gardera sig genom skadeståndsbestämmelser etc. I den mån säljaren inte kan gardera sig på detta sätt, är det därför att konkurrensen inte tillåter det, och då bör detta vara klart för säljaren redan innan avtalet träffas.

Övervältring av prestation på konkurrent utan ersättning för denne*Metodbeskrivning*

Ett företag säljer en viss vara, som dock ej lagerföres på sådant sätt, att den kan besiktigas av köparna. Dessa uppmanas av företaget att besöka en konkurrerande företagsform, där varan lagerföres för besiktning för att bese den eller t. o. m. prova den. Därefter uppmanas de att göra inköpet till lägre pris från företaget ifråga, som sluppit kostnaderna för lagerhållningen.

Syfte med metoden

Syftet med metoden är uppenbarligen att slippa kostnaden för lagerhållning av produkten resp. av att tillhandahålla den för provning utan att därför mista i konkurrensstyrka.

Användningsområde

Endast några få företag har omnämnt denna konkurrensmetod. Detta ger dock ingen uppfattning om metodens förekomst, eftersom formulärundersökningen ej omfattat detaljhandelsföretag, som närmast beröres av metoden.

Bedömning

Här ovan beskrives det fallet, att ett företag, som icke exponerar sina varor för konsumenten, uppmanar denne att först granska varan i en öppen butik för att därefter göra sitt inköp till lägre pris hos företaget ifråga. Även om en sådan uppmaning då och då kan förekomma, utgör den endast en ringa del av ett avsevärt större problemkomplex. Av väsentligare betydelse är alla de fall, då konsumenten utan uppmaning från någon viss leverantör övervältrar prestationer på återförsäljare utan att ge dem möjlighet till ersättning härför. De strukturella problem som detta skapar kan inte lösas genom bestämmelser i en lagstiftning mot illojal konkurrens, utan andra vägar måste sökas, t. ex. lämpliga former av prisdifferentiering eller av selektiv distribution. Det skulle föra för långt att behandla detta stora problem i detta sammanhang.

Resultat. Grupp 5. Övriga ej klassificerade fall

I de fyra föregående grupperna har återgivits fall, som kunnat sammanföras med utgångspunkt från någon för bedömningen väsentlig egenskap. I intervjuundersökningen har därutöver lämnats exempel på ett antal andra »diskutabla» säljfrämjande metoder, som inte kunnat klassificeras på samma sätt. I åtskilliga fall har flera likartade exempel lämnats, dock icke tillräckligt antal för att olika varianter skall kunna särskiljas och klassificeras.

I det följande återges någon exponent för var och en av övriga, ej klassificerade fall. Bedömningen göres i omedelbar anslutning till beskrivningen.

1. En producent av en viss vara (t. ex. tvål, bröd, tvättpulver) låter innesluta något värdeföremål (företrädesvis en sedel) i ett slumpvis antal utvalda produkter. I reklamen anges, att köparen har möjlighet att finna ett sådant värdeföremål i produkten.

Fall av denna typ synes falla under lotteriförordningen.

2. Ett företag tecknar kontrakt med ledningen för en varumässa om försäljning av sin produkt på mässan under förutsättning, att konkurrerande företag ej får ställa ut på mässan. Flera sådana eller likartade fall har exemplifierats i undersökningen.

Detta fall är ett konkurrensbegränsningsfall, som kan behandlas enligt konkurrensbegränsningslagen.

3. Ett företag utannonserar konkurrentprodukt till salu »fabriksny till mycket lågt pris». Syftet påstås vara att diskreditera konkurrentfabrikatet och samtidigt sälja det egna företagets produkt.

Den beskrivna metoden innefattar ett vilseledande moment.

4. Ett företag säljer en restupplaga av kameror till ordinarie pris men tar samtidigt tillbaka äldre kameror i utbyte till ett relativt högt pris, oberoende av fabrikat och skick. De inlämnade kamerorna förstörs.

Den i fallet beskrivna formen av priskonkurrens genom varierande inbytespris på äldre produkter förekommer inom en rad olika branscher, såsom radiobranschen, bilbranschen m. m. Det finns ingen anledning att ingripa mot denna form av priskonkurrens.

5. En detaljist uppger i sin annonsering, att han håller särskilt lågt pris på grund av egen import (eller inköp direkt från fabrik) och uppmanar allmänheten att undvika »fördyrande» mellanhänder. En stor del av varorna har emellertid köpts från grossister.

Säljaren lämnar tydligen vilseledande uppgift.

6. Ett företag säljer en viss producentvara. Kunden är inte belåten med varan utan vänder sig till en konkurrent till leverantören för att få varan provad. Konkurrentföretaget utdömer produkten. En opartisk undersökning visar senare, att varan icke hade något av de påstådda felen.

Det beskrivna förfarandet innefattar i princip en jämförelse mellan det egna och konkurrentfabrikatet. I det återgivna fallet lämnar konkurrenten vilseledande uppgifter.

7. I ett stort antal olika fall påstås företag tillhörande en viss företagsform i sin verksamhet inbördes gynna varandra.

Till detta fall kan fogas kommentaren, att företag tillhörande den »andra» företagsformen i sin verksamhet också ofta inbördes gynnar varandra. En lagstiftning mot illojal konkurrens kan icke användas för att framtvunga speciella affärsrelationer mellan olika företagsformer.

8. En bilfirma annonserar: »Kom in till oss och hämta julpengar och ta ut en ny bil». Bakom detta låg följande förhållande. Det förutsattes t. ex. att kunden har en gammal bil med inbytesvärde 6 000 kronor och vill köpa en ny för 9 000 kronor. Kunden erhåller då maximal kredit på den nya bilen, d. v. s. får betala 40 procent, vilket utgör 3 600 kronor. Kunden erhåller kontant mellanskillnaden 2 400 kronor.

Detta fall gäller närmast utformningen av kreditbestämmelserna i avbetalningshandeln. Dessa ligger utanför ramen för en lagstiftning mot illojal konkurrens.

9. En säljare av en kapitalvara sände ut frågeformulär till ägare av konkurrentmärken med begäran att dessa skulle precisera svagheter hos konkurrentmärken.

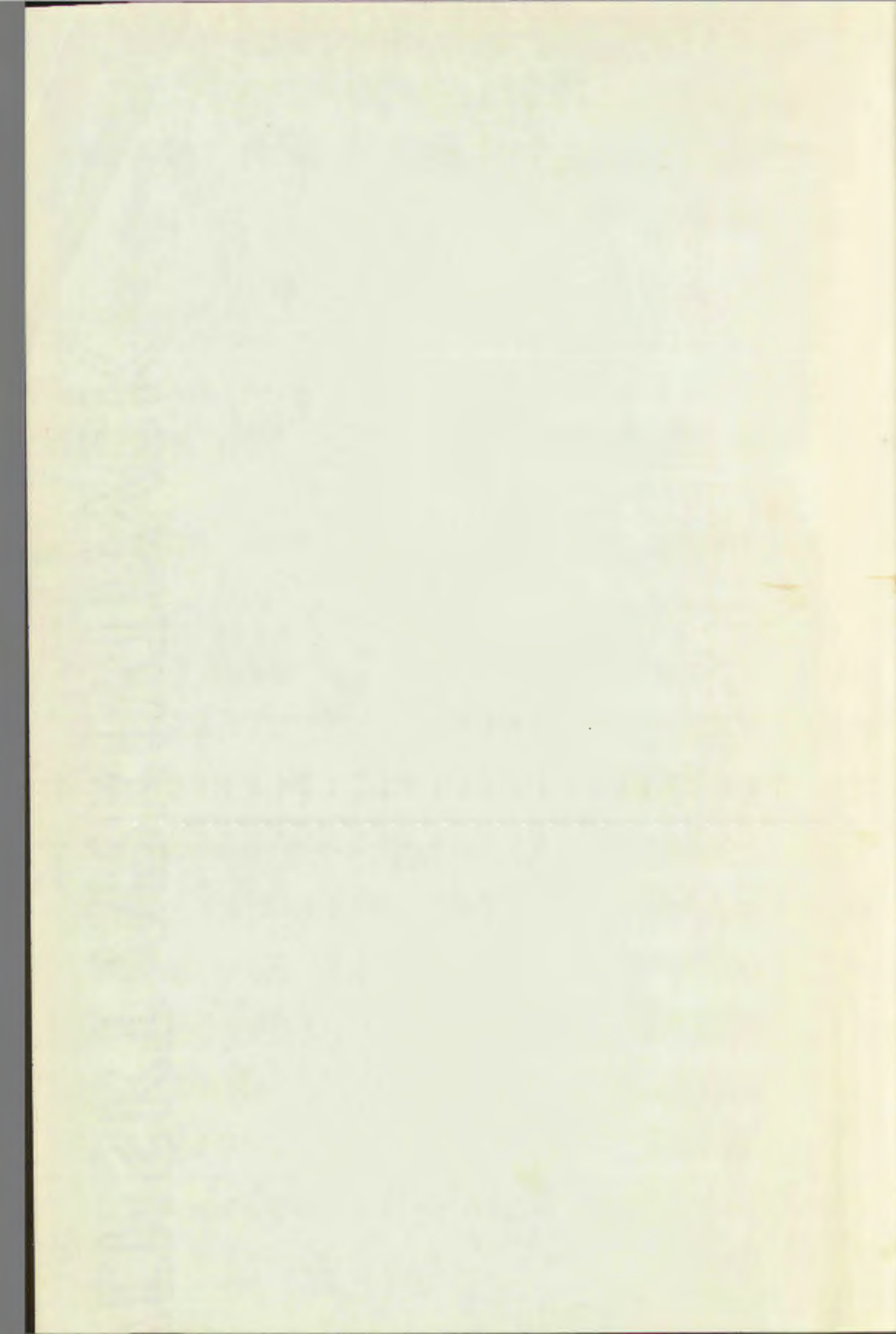
Varje person som ifyllde formuläret erhöll en present. Uppgifterna användes senare i försäljningsbearbetningen.

Den beskrivna metoden för marknadsundersökning kan synas vara osympatisk, men säljaren ifråga skulle kunna uppnå samma effekt genom att låta ett opartiskt marknadsundersökningsinstitut verkställa samma undersökning. Sådana undersökningar ingår i marknadsföringsrutinen.



1 0 FEB 1967

THE UNIVERSITY OF CHICAGO



NORDISK UDREDNINGSSERIE (NU) 1966

1. La Coopération internordique
2. Vägtrafikregler Del I
3. Vägtrafikregler Del II
4. Nordisk skattekonferens i København
5. Europavägförbindelse mellan Finland och Sverige med anknötning till Åland

STATENS OFFENTLIGA UTREDNINGAR 1966

Systematisk förteckning

(Siffrorna inom klammer beteckna utredningarnas nummer i den kronologiska förteckningen)

Justitiedepartementet

Lagberedningen. 1. Utsökningsrätt IV. [7] 2. Utsökningsrätt V. [38]
Hyreslagstiftningssakkunniga. 1. Ny Hyreslagstiftning. [14] 2. Undersökning angående hyressplittningen. [15]
Arbetspromemorier i författningsfrågan. [17]
Decentralisering av naturalisationsärenden m. m. [20]
1963 års markvärdekommitté. 1. Markfrågan I. [23] 2. Markfrågan II. Bilagor. [24]
Atomansvarighet III. [29]
Vägfraktavtalet I. [36]
Offentlighetskommittén. 1. Offentlighet och sekretess. [60] 2. Offentlighet och sekretess. Bilagor. [61]
Rikets vapen och flagga. [62]
Fastighetsregistrering. [63]
Luftförening, buller och andra immissioner. [65]
Förvaltningsrättskipning. [70]
Otillbörlig konkurrens. [71]

Utrikesdepartementet

Internationellt fredsforskningsinstitut i Sverige. [5]

Försvarsdepartementet

Tygförvaltningens centrala organisation. [11]
1965 års försvarsutredning. 1. Strategi i väst och öst. [18] 2. Svensk säkerhetspolitik. [56]
Skeppsholmens framtida användning. [27]
Militärsjukvården. [35]
Militärtandvården. [58]

Socialdepartementet

Förenklad statsbidragsgivning till hälso- och sjukvården. [6]
Omsorger om psykiskt utvecklingshämmande. [9]
Läkemedelsförmånen. [26]
Kommunerna och ungdomen. [32]
De statliga undervisningssjukhusens organisation. [37]
Vård utom skola av ungdomsvårdsskoleelever. [43]
Aktiv åldringsvård och handikappvård. [45]
Smittskyddslagstiftning. [50]
Yrkesskadeförsäkring. [54]

Kommunikationsdepartementet

Friluftslivet i Sverige. Del III. Anläggningar för det rörliga friluftslivet m. m. [33]
Luftfartsverkets ekonomi och organisation. [34]
Fordonskombinationer. [41]

Finansdepartementet

1965 års långtidsutredning 1. Svensk ekonomi 1966—1970. [1] 2. Export och import 1966—1970. Bilaga 1. [2] 3. Tillgången på arbetskraft 1960—1980. Bilaga 2. [8] 4. Handelsnärings- och investeringsbehov fram till 1970. Bilaga 3. [10] 5. Utvecklingstendenser inom undervisning, hälso- och sjukvård samt socialvård 1966—1970. Bilaga 6. [13] 6. Framtidsperspektiv för svensk industri 1965—1980. Bilaga 4. [51] 7. Remissyttranden över 1965 års långtidsutrednings huvudrapport. [59] 8. Trafikutveckling och trafikinvesteringar. Bilaga 5. [69]
Ny myntserie. [4]
Ny folkbokföringsförordning m. m. [16]
Statliga betänkanden 1961—1965. [19]
Oljebranschen. [21]
Konsumtionskrediter i Sverige. [42]
Värdesäkring av trafikförsäkringar. [53]

Ecklesiastikdepartementet

Yrkesutbildningen. [3]
Arbetspsykologisk verksamhet. [40]
1962 års ungdomsutredning. III. 1. Ungdomens för- och fritidsliv. III. [47] 2. Ungdomsledare. IV. [66]
Skolgång borta och hemma. [55]
1963 års forskarutredning. 1. Forskarutbildning och forskarkarriär. [67] 2. Forskarutbildning och forskarkarriär. Bilagor. [68]

Jordbruksdepartementet

Renbetesmarkerna. [12]
Bostadsärendet m. m. [26]
1960 års jordbruksutredning. 1. Den framtida jordbrukspolitiken. A. [30] 2. Den framtida jordbrukspolitiken. B. [31]
Jaktstadgan m. m. [46]
Lantbruksnämndernas nya organisation m. m. [49]
Skoglig forskning. [52]

Handelsdepartementet

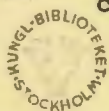
Ellagstiftningsutredningen. 1. Lagstiftning mot radiostörningar. [22] 2. Lagstiftning om elektriska anläggningar. [39]
Sällskapsresor. [25]
Prissamverkan och konkurrens. [48]

Inrikesdepartementet

Bostadspolitiskt kreditstöd. [44]
Statens och kyrkans marköverlåtelser. [64]

Civildepartementet

Centralt statligt personalutbildningsorgan. [57]



1 0 FEB 1967