



Dok.Id 3058405  
Dok.Id 3058405

## **PARTER**

### **Kärande**

Sveff Organisation AB, 556036-1742  
Box 5501  
114 85 Stockholm

Ombud: Advokaterna Stefan Brandt och Mikaela Lamrin  
Lindskog Malmström Advokatbyrå KB  
Box 27707  
115 91 Stockholm

### **Svarande**

SundaHus i Linköping AB, 556404-1373  
Teknikringen 10  
583 30 Linköping

Ombud: Advokaterna Malin Malm Waerme och Åsa Hellstadius samt biträdande  
juristen Felizia Wiker  
Advokatfirman Vinge KB  
Box 1703  
111 87 Stockholm

---

## **DOMSLUT**

1. Patent- och marknadsdomstolen förbjuder SundaHus i Linköping AB, vid vite om en miljon (1 000 000) kr, att vid marknadsföring av tjänster rörande bedömningar av byggmaterialprodukter:

a) genom faktura kräva betalning eller förmedla intrycket att det föreligger betalningsskyldighet trots att det inte föreligger något bakomliggande avtal som innebär betalningsförpliktelse, på sätt som skett enligt domsbilaga 1–2, och

Avgörandet är elektroniskt undertecknat

Dok.Id 3058405

**Postadress**  
Box 8307  
104 20 Stockholm

**Besöksadress**  
Rådhuset,  
Scheelegatan 7

**Telefon**  
08- 561 654 70  
**E-post:** stockholm.tingsratt@dom.se  
www.stockholmstingsratt.se

**Telefax**

**Expeditionstid**  
måndag – fredag  
08:00–16:00

b) skicka nya fakturor eller påminnelser på fakturor trots att det inte föreligger något bakomliggande avtal som innebär betalningsförpliktelse, på sätt som skett enligt domsbilaga 3–4,  
eller tillämpa annan väsentligen liknande affärsmetod.

2. Patent- och marknadsdomstolen förbjuder SundaHus i Linköping AB, vid vite om en miljon (1 000 000) kr, att vid marknadsföring av tjänster rörande bedömningar av byggmaterialprodukter, på sätt som skett i fakturor och påminnelsefakturor enligt domsbilaga 1–3 påstå ”SundaHus erbjuder [...] möjlighet att synas i Sveriges största marknadsplats av bedömda byggmaterialprodukter” /”SundaHus offers [...] the option to be seen in Sweden’s biggest marketplace of assessed building materials”, eller använda påståenden med väsentligen samma innebörd.

3. Patent- och marknadsdomstolen förbjuder SundaHus i Linköping AB, vid vite om en miljon (1 000 000) kr att vid marknadsföring av tjänster rörande bedömningar av byggmaterialprodukter, på sätt som skett genom förevisande av powerpointpresentation och utskick av efterföljande mejl, samt genom mejlkorrespondens under hösten 2022 till och med våren 2024, ange att leverantörer ska göra ombedömningar av sina produkter vart tredje år, trots att detta inte krävts enligt gällande avtal, eller tillämpa annan väsentligen liknande affärsmetod.

4. Patent- och marknadsdomstolen förbjuder SundaHus i Linköping AB, vid vite om en miljon (1 000 000) kr, att vid marknadsföring av tjänster rörande bedömningar av byggmaterialprodukter, på sätt som skett i mejl i domsbilaga 5–6 använda följande påståenden:

- a) ”Avgiften på fakturan gäller en årsprenumeration för att visas på vår marknadsplats på SundaHus”,
- b) ”I och med denna satsning vill vi ge er som leverantör en bättre service och kunna hålla produkterna uppdaterade och aktuella”,

- c) ”Om ni inte vill behålla dem så avregistrerar vi produkterna och skickar kredit för de fakturor ni fått”, och
  - d) ”Om ni väljer att avregistrera produkten som idag finns presenterade på marknadsplatsen kommer dessa att tas bort och inte längre vara valbara i fastighetsprojekt”
- eller andra påståenden med väsentligen samma innebörd.

5. Patent- och marknadsdomstolen förbjuder SundaHus i Linköping AB, vid vite om en miljon (1 000 000) kr, att vid marknadsföring av tjänster rörande bedömningar av byggmaterialprodukter, på sätt som skett i ett informationsblad till fakturor i domsbilaga 1 och 2, i domsbilaga 7, använda följande påståenden:

- a) ”Sveriges största marknadsplats för hållbara byggprodukter”,
  - b) ”Marknadsplats för branschledare”,
  - c) ”SundaHus är det främsta valet för Sveriges fastighetsägare, entreprenörer och byggprojekt som söker miljöbedömda och miljövänliga byggnadsmaterial”,
  - d) ”SundaHus Marknadsplats är nu global”,
  - e) ”[...] när du söker hållbara material”, och
  - f) ”Den nya prenumerationsmodellen innebär [...] för att er produkt visas på SundaHus Marknadsplats”
- eller andra påståenden med väsentligen samma innebörd.

6. Patent- och marknadsdomstolen förbjuder SundaHus i Linköping AB, vid vite om en miljon (1 000 000) kr, att vid marknadsföring av tjänster rörande bedömningar av byggmaterialprodukter, på sätt som skett på SundaHus webbplats, använda följande påståenden:

- a) ”SundaHus offers [...] services for environmentally conscious material choices”,

- b) ”SundaHus en helhetslösning för att systematisera arbetet med att fasa ut farliga ämnen i en byggnads hela livscykel”/”SundaHus is a comprehensive solution for systematic efforts at phasing out hazardous substances in a building’s lifecycle”,
- c) ”Today it’s a leading player in the field of health and environmental assessments of building materials”,
- d) ”SundaHus Material Data – The tool [...] with environmentally conscious material choices”,
- e) ”Därför ger SundaHus Miljödata dig fullt stöd i att göra medvetna materialval, dvs. att undvika produkter med farliga ämnen samt att dokumentera produktvalen”/”SundaHus Material Data provides full support in making environmentally conscious material choices, i.e., to avoid products containing hazardous substances and to document product choices”,
- f) ”SundaHus Miljödata är marknadens ledande system för medvetna materialval inom bygg- och fastighetsbranschen”/”SundaHus Material Data is the market leader for environmentally conscious material choices within the construction and property markets”,
- g) ”environmentally conscious material choices”,
- h) ”Genom att du har ett verktyg för att söka efter produkter som inte innehåller farliga ämnen och kan dokumentera dina produktval i SundaHus Miljödata bidrar du till en trygg och hållbar framtid för dina kunder”, och
- i) ”Dessutom är det marknadens största system med bedömda byggvaror”, eller andra påståenden med väsentligen samma innebörd.

7. Patent- och marknadsdomstolen ogillar Sveff Organisation AB:s talan i övrigt.

8. Patent- och marknadsdomstolen förpliktar Sveff Organisation AB att ersätta SundaHus i Linköping AB för dess rättegångskostnad med 318 069 kr, allt avseende ombudsarvode, jämte ränta enligt 6 § räntelagen från dagen för denna dom till dess betalning ske.

9. Sekretessbestämmelsen i 36 kap. 2 § offentlighets- och sekretesslagen (2009:400) ska – i den mån uppgifterna inte tagits in i denna dom – fortsätta att vara tillämplig på uppgifterna som föredragits inom stängda dörrar i aktbil. 207, 224–246, 249, 255, 264, 269, 322 och 325.

---

## Innehållsförteckning

|                                                                                                                               |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>BAKGRUND .....</b>                                                                                                         | <b>10</b> |
| <b>YRKANDEN OCH INSTÄLLNING .....</b>                                                                                         | <b>11</b> |
| <b>GRUNDER M.M. ....</b>                                                                                                      | <b>17</b> |
| Sveff.....                                                                                                                    | 17        |
| Genomsnittskonsumenten .....                                                                                                  | 17        |
| Yrkande 1 – bluffakturor, påminnelser och ombedomningar .....                                                                 | 18        |
| Yrkande 2 – vilseledande påståenden genom aggressiv marknadsföring .....                                                      | 20        |
| Yrkande 3 – worst-case ämnen .....                                                                                            | 25        |
| Yrkande 4 – oskäligen avtalsvillkor .....                                                                                     | 26        |
| Vitesbeloppet .....                                                                                                           | 29        |
| SundaHus .....                                                                                                                | 29        |
| Genomsnittskonsumenten .....                                                                                                  | 29        |
| Yrkande 1 – fakturor, påminnelser och ombedomningar .....                                                                     | 30        |
| Yrkande 2 – vilseledande påståenden .....                                                                                     | 32        |
| Yrkande 3 – worst-case-ämnen .....                                                                                            | 39        |
| Yrkande 4 – oskäligen avtalsvillkor .....                                                                                     | 42        |
| Vitesbeloppet .....                                                                                                           | 46        |
| <b>UTVECKLING AV TALAN FÖR VISSA AV FRÅGORNA I MÅLET .....</b>                                                                | <b>47</b> |
| Sveff.....                                                                                                                    | 47        |
| SundaHus, dess tjänster och marknadsplats är inte ledande .....                                                               | 47        |
| SundaHus verksamhet och tjänster medför inga fördelar från miljö- och hälsosynpunkt .....                                     | 48        |
| Leverantörernas underlägsna ställning i förhållande till SundaHus .....                                                       | 48        |
| SundaHus .....                                                                                                                | 49        |
| SundaHus ställning på marknaden .....                                                                                         | 49        |
| SundaHus bedömningssystem bygger på utomstående normer som reglerar vad som kan anses innebära miljö- och hälsoeffekter ..... | 49        |
| SundaHus intar inte en överlägsen position i förhållande till leverantörerna .....                                            | 51        |
| <b>UTREDNINGEN .....</b>                                                                                                      | <b>52</b> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                  |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>DOMSKÄL</b>                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>54</b> |
| Inledning                                                                                                                                                                                                                                                        | 54        |
| Rättsliga utgångspunkter såvitt avser yrkande 1–3                                                                                                                                                                                                                | 55        |
| Den genomsnittlige mottagaren i målgruppen (avser yrkande 1–3)                                                                                                                                                                                                   | 58        |
| Uttrycken ”marknadsplats” och ”marketplace” i de påtalade åtgärderna                                                                                                                                                                                             | 59        |
| Yrkande 1.1 och 1.2 samt 2.1–2.8 – Fakturorna och fakturapåminnelserna utgör otillbörlig marknadsföring                                                                                                                                                          | 60        |
| Yrkande 1.3 – Angivande av ett treårskrav för ombedömningar är otillbörligt                                                                                                                                                                                      | 65        |
| Yrkande 3 – Produktbedömningarna utgör inte marknadsföring                                                                                                                                                                                                       | 68        |
| Yrkande 2                                                                                                                                                                                                                                                        | 71        |
| Inledande utgångspunkter                                                                                                                                                                                                                                         | 71        |
| Påståendena enligt yrkande 2.3–2.8                                                                                                                                                                                                                               | 72        |
| Yrkande 2.1–2.2 ”SundaHus erbjuder [...] möjlighet att synas i Sveriges största marknadsplats av bedömda byggmaterialprodukter” och ”SundaHus offers [...] the option to be seen in Sweden’s biggest marketplace of assessed building materials” är otillbörliga | 72        |
| Yrkande 2.9–2.12 – Påståenden i mejlkorrespondens i domsbilaga 5 och 6 är otillbörliga                                                                                                                                                                           | 74        |
| Yrkande 2.13 – Påståendet ”Sveriges största marknadsplats för hållbara byggprodukter” är otillbörligt                                                                                                                                                            | 75        |
| Yrkande 2.14–2.15 – Påståendena ”Marknadsplats för branschledare” och ”SundaHus är det främsta valet för Sveriges fastighetsägare, entreprenörer och byggprojekt som söker miljöbedömda och miljövänliga byggnadsmaterial” är otillbörliga                       | 77        |
| Yrkande 2.16 – Påståendet ”SundaHus Marknadsplats är nu global” är otillbörligt                                                                                                                                                                                  | 78        |
| Yrkande 2.17 – Påståendet ”[...] när du söker hållbara material” är otillbörligt                                                                                                                                                                                 | 79        |
| Yrkande 2.18 och 2.20 – Påståendena ”Denna prenumeration är ditt verktyg för att marknadsföra dina produkter där dina kunder finns” och ”Tjänsten fungerar som en årsprenumeration” är inte otillbörliga                                                         | 80        |
| Yrkande 2.19 – Påståendet ”Den nya prenumerationsmodellen innebär [...] för att er produkt visas på SundaHus Marknadsplats” är otillbörligt                                                                                                                      | 80        |
| Yrkande 2.21 och 2.23 – Påståendena ”Trygghet för fastighetsägare” och ”SundaHus erbjuder ett brett utbud av tjänster för medvetna materialval” är inte otillbörliga                                                                                             | 81        |
| Yrkande 2.22 och 2.24 – Påståendena ”Efficient solutions for conscious material choices” och ”We provide structured material information management within the construction industry” är inte otillbörliga                                                       | 82        |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Yrkande 2.25 – Påståendet "SundaHus erbjuder fastighetsägare trygghet, nu och i framtiden, genom ett brett utbud av tjänster för medvetna materialval" är inte otillbörligt .....                                                                                                                                                                                                                                     | 83 |
| Yrkande 2.26 – Påståendet "SundaHus offers [...] services for environmentally conscious material choices" är otillbörligt.....                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 83 |
| Yrkande 2.27–2.28 – Påståendena "SundaHus en helhetslösning för att systematisera arbetet med att fasa ut farliga ämnen i en byggnads hela livscykel" och "SundaHus is a comprehensive solution for systematic efforts at phasing out hazardous substances in a building's lifecycle" är otillbörliga .....                                                                                                           | 84 |
| Yrkande 2.29 och 2.31 – Påståendena SundaHus är "ett konsultbolag för en bättre inomhusmiljö och är idag en ledande aktör på området medvetna materialval" och "Vi hjälper företag och organisationer med att skapa långsiktigt värdefulla byggda miljöer genom enkla och effektiva lösningar för medvetna materialval" är inte otillbörliga .....                                                                    | 85 |
| Yrkande 2.30 – Påståendet "Today it's a leading player in the field of health and environmental assessments of building materials" är otillbörligt .....                                                                                                                                                                                                                                                              | 86 |
| Yrkande 2.32 – Påståendet "the leading international supplier of environmental material data and related consultant services" är inte otillbörligt .....                                                                                                                                                                                                                                                              | 86 |
| Yrkande 2.33–2.34 – Påståendena "konsulttjänster för en hållbar utveckling inom bygg- och fastighetssektorn" och "consulting services for sustainable development in the construction and property sectors" är inte otillbörliga .....                                                                                                                                                                                | 87 |
| Yrkande 2.35 – Påståendet "SundaHus Miljödata – Verktöget för effektivt och resultatorienterat arbete med medvetna materialval" är inte otillbörligt .....                                                                                                                                                                                                                                                            | 88 |
| Yrkande 2.36 – "SundaHus Material Data – The tool [...] with environmentally conscious material choices" är otillbörligt.....                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 88 |
| Yrkande 2.37–2.38 – Påståendena "Därför ger SundaHus Miljödata dig fullt stöd i att göra medvetna materialval, dvs. att undvika produkter med farliga ämnen samt att dokumentera produktvalen" och "SundaHus Material Data provides full support in making environmentally conscious material choices, i.e., to avoid products containing hazardous substances and to document product choices" är otillbörliga ..... | 89 |
| Yrkande 2.39–2.40 – Påståendena "SundaHus Miljödata är marknadens ledande system för medvetna materialval inom bygg- och fastighetsbranschen" och "SundaHus Material Data is the market leader for environmentally conscious material choices within the construction and property markets" är otillbörliga .....                                                                                                     | 91 |
| Yrkande 2.41 – Påståendet "medvetna materialval" är inte otillbörligt .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 92 |
| Yrkande 2.42 – Påståendet "environmentally conscious material choices" är otillbörligt92                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |    |
| Yrkande 2.43 – Påståendet "Genom att du har ett verktyg för att söka efter produkter som inte innehåller farliga ämnen och kan dokumentera dina produktval i SundaHus Miljödata bidrar du till en trygg och hållbar framtid för dina kunder" är otillbörligt .....                                                                                                                                                    | 93 |

|                                                                                                                   |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Yrkande 2.44 – Påståendet ”Dessutom är det marknadens största system med bedömda byggvaror” är otillbörligt ..... | 94  |
| Yrkande 2.45 – Påståendet ”SundaHus” är inte otillbörligt.....                                                    | 94  |
| Andrahandsyrkandet.....                                                                                           | 95  |
| Yrkande 4 – Oskäligen avtalsvillkor .....                                                                         | 95  |
| Inledning .....                                                                                                   | 95  |
| Rättsliga utgångspunkter .....                                                                                    | 95  |
| Domstolens bedömning.....                                                                                         | 97  |
| Vite och förbudsutformning .....                                                                                  | 102 |
| Rättegångskostnader .....                                                                                         | 103 |
| Sekretessfrågor .....                                                                                             | 104 |

## **BAKGRUND**

Sveff Organisation AB (Sveff) är ett servicebolag till Sveriges Färg och Lim Företagare. Sveriges Färg och Lim Företagare är en branschorganisation för företag som importerar, tillverkar eller marknadsför färg, lack, tryckfärg, lim, fogmassor och spackel i Sverige, och har idag ca 60 medlemmar. Sveff och Sveriges Färg och Lim Företagare verkar för att främja tillverkningen och marknadsföringen av dessa produkter.

SundaHus i Linköping AB (SundaHus) bildades 1990 och erbjuder ett webbaserat system och kvalificerad rådgivning för bedömning av hur produkter inom bygg- och fastighetsbranschen uppfyller olika miljökrav. Bedömningarna erbjuds enligt såväl SundaHus egna bedömningskriterier som andra aktörers krav. År 2021 förvärvades SundaHus av iBinder AB. iBinder AB ingår i en koncernstruktur tillsammans med flera bolag som ägs av iBinder AB, inklusive SundaHus. I målet benämns denna företagsgrupp iBinder Group (iBinder). iBinder utvecklar tjänster för information, data och dokumentation kopplat till fastigheter avseende alla typer av projekt, från planering till förvaltning. SundaHus har idag ca 5 000 bolag som kunder och har nyligen lanserats i Danmark, med planer på ytterligare expansion i Norden.

På marknaden för miljöbedömningar av byggmaterialprodukter finns huvudsakligen tre system, nämligen BASTA-systemet, Byggvarubedömning och SundaHus. Systemen skiljer sig åt sinsemellan men samtliga erbjuder verktyg för att effektivisera bedömningar av material som beställarsidan annars hade behövt anlita miljökonsulter för.

I SundaHus system kan leverantörer välja att teckna avtal med SundaHus för att få sina produkter registrerade och bedömda utifrån SundaHus bedömningskriterier. SundaHus kan också ge information om hur SundaHus bedömer att produkterna förhåller sig till andra krav som ställs på beställarna, såsom miljökrav. SundaHus miljöbedömningar av produkter baseras på information som leverantören tillhandahåller. När en produkt

bedömts publiceras den i SundaHus system där aktörer på beställarsidan kan ta del av informationen om produkten, hur den uppfyller angivna miljökrav och jämföra den med andra produkter.

## **YRKANDEN OCH INSTÄLLNING**

**Sveff** har yrkat att Patent- och marknadsdomstolen

1. Vid vite om 1 000 000 kr, eller annat kraftigt verkande vite, förbjuder SundaHus att vid marknadsföring av tjänster rörande bedömningar av byggmaterialsprodukter och presentation av bedömningar av byggmaterialprodukter att:
  - 1.1 genom faktura kräva betalning eller förmedla intrycket att det föreligger betalningsskyldighet trots att det inte föreligger något bakomliggande avtal som innebär betalningsförpliktelse,
  - 1.2 skicka nya fakturor eller påminnelser på fakturor trots att det inte föreligger något bakomliggande avtal som innebär betalningsförpliktelse, och
  - 1.3 ange och/eller kräva att leverantörerna ska göra ombedömningar av produkterna vart tredje år trots att produkternas sammansättning inte ändrats eller tillämpa annan väsentligen liknande affärsmetod.
2. I första hand, vid vite om 1 000 000 kr, eller annat kraftigt verkande vite, förbjuder SundaHus att vid marknadsföring av tjänster och system rörande bedömningar av byggmaterialprodukter, byggnader och materialval, på sätt som skett eller väsentligen liknande sätt, använda följande påståenden:

- 2.1 "SundaHus erbjuder både bedömning av byggmaterialprodukter och möjlighet att synas i Sveriges största marknadsplats av bedömda byggmaterialprodukter"
- 2.2 "SundaHus offers assessments of building materials and the option to be seen in Sweden's biggest marketplace of assessed building materials",
- 2.3 "Från och med augusti 2023 kommer det utgå en prenumerationsavgift för att synas på vår marknadsplats",
- 2.4 "From August 2023 there will be a subscription fee for being shown on our marketplace",
- 2.5 "Anmärkningar mot denna faktura ej gjorda inom 8 dagar beaktas ej",
- 2.6 "Remarks against this invoice done after the first 8 days won't be taken into consideration",
- 2.7 "Efter förfallodagen debiteras ränta med 8,5 %",
- 2.8 "After due date, late payment interest of 8,5 % will be charged to you",
- 2.9 "Avgiften på fakturan gäller en årsprenumeration för att visas på vår marknadsplats på SundaHus",
- 2.10 "I och med denna satsning vill vi ge er som leverantör en bättre service och kunna hålla produkterna uppdaterade och aktuella",
- 2.11 "Om ni inte vill behålla dem så avregistrerar vi produkterna och skickar kredit för de fakturor ni fått",

2.12 ”Om ni väljer att avregistrera produkten som idag finns presenterade på marknadsplatsen kommer dessa att tas bort och inte längre vara valbara i fastighetsprojekt”,

2.13 ”Sveriges största marknadsplats för hållbara byggprodukter”,

2.14 ”Marknadsplats för branschledare”,

2.15 ”SundaHus är det främsta valet för Sveriges fastighetsägare, entreprenörer och byggprojekt som söker miljöbedömda och miljövänliga byggnadsmaterial”,

2.16 ”SundaHus Marknadsplats är nu global”,

2.17 ”Vi introducerar en ny prenumerationsmodell som är utformad för att erbjuda dig förbättrade funktioner, ökad tillgänglighet, och en sömlös upplevelse när du söker hållbara material”,

2.18 ”Denna prenumeration är ditt verktyg för att marknadsföra dina produkter där dina kunder finns”,

2.19 ”Den nya prenumerationen innebär att vi tar ut en mindre avgift för att er produkt visas på SundaHus Marknadsplats”,

2.20 ”Tjänsten fungerar som en årsprenumeration”,

2.21 ”Trygghet för fastighetsägare”,

2.22 ”Efficient solutions for conscious material choices”,

2.23 "SundaHus erbjuder ett brett utbud av tjänster för medvetna materialval",

2.24 "We provide structured material information management within the construction industry",

2.25 "SundaHus erbjuder fastighetsägare trygghet, nu och i framtiden, genom ett brett utbud av tjänster för medvetna materialval",

2.26 "SundaHus offers property owners security, now and in the future, through a wide range of services for environmentally conscious material choices",

2.27 "SundaHus en helhetslösning för att systematisera arbetet med att fasa ut farliga ämnen i en byggnads hela livscykel",

2.28 "SundaHus is a comprehensive solution for systematic efforts at phasing out hazardous substances in a building's lifecycle",

2.29 "ett konsultbolag för en bättre inomhusmiljö och är idag en ledande aktör på området medvetna materialval",

2.30 "Today it's a leading player in the field of health and environmental assessments of building materials",

2.31 "Vi hjälper företag och organisationer med att skapa långsiktigt värdefulla byggda miljöer genom enkla och effektiva lösningar för medvetna materialval",

2.32 "the leading international supplier of environmental material data and related consultant services",

- 2.33 “konsulttjänster för en hållbar utveckling inom bygg- och fastighetssektor”,
- 2.34 “consulting services for sustainable development in the construction and property sectors”,
- 2.35 ”SundaHus Miljödata – Verktuget för effektivt och resultatorienterat arbete med medvetna materialval”,
- 2.36 ”SundaHus Material Data – The tool for effective and result-oriented work with environmentally conscious material choices”,
- 2.37 ”Därför ger SundaHus Miljödata dig fullt stöd i att göra medvetna materialval, dvs att undvika produkter med farliga ämnen samt att dokumentera produktvalen”,
- 2.38 ”SundaHus Material Data provides full support in making environmentally conscious material choices, i.e., to avoid products containing hazardous substances and to document product choices”,
- 2.39 ”SundaHus Miljödata är marknadens ledande system för medvetna materialval inom bygg- och fastighetsbranschen”,
- 2.40 ”SundaHus Material Data is the market leader for environmentally conscious material choices within the construction and property markets”,
- 2.41 ”medvetna materialval”,
- 2.42 ”environmentally conscious material choices”

2.43 “Genom att du har ett verktyg för att söka efter produkter som inte innehåller farliga ämnen och kan dokumentera dina produktval i SundaHus Miljödata bidrar du till en trygg och hållbar framtid för dina kunder”,

2.44 ”Dessutom är det marknadens största system med bedömda byggvaror”,

2.45 ”SundaHus”,

eller andra påståenden med väsentligen samma innebörd.

I andra hand, vid vite om 1 000 000 kr, eller annat kraftigt verkande vite, förbjuder SundaHus att vid marknadsföring av tjänster och system rörande bedömningar av byggmaterialprodukter och materialval samt vid tjänster och bedömningar av utfall av byggmaterialprodukter och materialval i bedömningssystem på sätt som skett eller väsentligen liknande sätt, använda påståendena i 2.1–2.45.

3. Vid vite om 1 000 000 kr, eller annat verkningsfullt vitesbelopp, förbjuder SundaHus att vid tjänster och system rörande bedömningar av byggmaterialprodukter, byggnader och materialval ange eller förmedla intrycket att produkter innehåller ämnen som produkterna inte innehåller.

4. Vid vite om 1 000 000 kr, eller annat verkningsfullt vitesbelopp, förbjuder SundaHus att vid avtal med näringsidkare om bedömningar av byggmaterialprodukter och presentation av bedömningar av byggmaterialprodukter använda följande avtalsvillkor:

4.1 ”SundaHus har rätt att självständigt eller i samarbete med tredje part, fritt och för valfritt syfte använda, modifiera, registrera, länka till eller på annat sätt tillgodogöra Resultatet och all Produktdata även i andra sammanhang än via

Plattformen”,

4.2 ”Samtliga Immateriella Rättigheter som uppstår genom SundaHus utförande av Tjänsten, inklusive men inte begränsat till Resultatet, är SundaHus exklusiva egendom”,

4.3 ”Tjänsten utförs i enlighet med SundaHus vid var tid gällande bedömningskriterier. Kriterierna finns publicerade på SundaHus webbplats, <http://www.sundahus.se/>”, och

4.4 ”SundaHus har inte kontrollerat, och saknar möjlighet att kontrollera, om Produktdata och kriterier är korrekta och fullständiga. SundaHus tar därför inget ansvar för eventuella fel eller brister i Tjänsten som är hänförliga till felaktig eller ofullständig Produktinformation eller till felaktiga eller ofullständiga bedömningskriterier”.

**SundaHus** har bestritt samtliga av Sveffs yrkanden i sin helhet. SundaHus har dock medgivit vissa vitesförbud baserat på yrkande 1.1–1.2, 2.1–2.2, 2.13, 2.16, 2.15 och 2.44, men omformulerade, enligt vad som framgår nedan.

**Parterna** har yrkat ersättning för sina rättegångskostnader.

## **GRUNDER M.M.**

### **Sveff**

#### *Genomsnittskonsumenten*

SundaHus marknadsföring riktar sig mot två målgrupper. Den ena är fastighetsägare, byggherrar, projektledare, arkitekter, kommunala tjänstemän och liknande yrkesgrupper. Dessa personer saknar kunskap i kemi, om produkternas kemiska sammansättning och produkternas och ämnenas egenskaper från miljö- och

hälsosynpunkt. Den andra målgruppen är leverantörer av byggmaterial och liknande produkter som är tvungna att anlita SundaHus för att kunna leverera produkter till bland annat fastighetsägare och byggherrar.

*Yrkande 1 – bluffakturor, påminnelser och ombedömningar*

Under hösten 2023 började SundaHus skicka ut fakturor till leverantörer för synlighet på en påstådd (ny) marknadsplats. Utsicknen har inte bara skickats till SundaHus befintliga kunder, utan även till leverantörer som inte haft några produkter registrerade på SundaHus plattform. Fakturorna skickades oftast direkt till leverantörernas automatiska faktureringsystem. Detta var inget som någon leverantör beställt, känt till eller ingått avtal om. Då leverantörer har bestridit de aktuella fakturorna har SundaHus skickat påminnelser och nya fakturor, samt meddelat att leverantörer som inte önskar ha sina produkter på marknadsplatsen kommer få sina produkter ”avregistrerade”.

På fakturorna anges att det sedan augusti 2023 utgår en ”prenumerationsavgift” för att synas på marknadsplatsen, och på vissa av fakturorna anges att det är fråga om ”Introduktion av SundaHus Marknadsplats”. Det har inte rört sig om något erbjudande eller information, utan i de flesta fallen har bara fakturorna skickats ut. Produkter som SundaHus bedömt och som enligt gällande avtal mellan SundaHus och medlemmarna kostnadsfritt funnits i SundaHus databas skulle nu enligt SundaHus endast finnas på den nya marknadsplatsen. Ingen information gavs om marknadsplatsen eller att en leverantör måste vara med i marknadsplatsen för att inte få sina bedömningar raderade ur SundaHus databas, varken i instruktionerna för beställning av bedömning, i SundaHus allmänna villkor för miljöbedömning, Utg 3, 2016-09-20 (2016 års allmänna villkor för miljöbedömning), på SundaHus hemsida eller i SundaHus prislista. Flera leverantörer har blivit vilseledda och betalat fakturorna för att undvika dröjsmålsränta eller inkassokostnader. Det som SundaHus anger innebär och förmedlar intrycket av att Marknadsplatsen tagits i bruk under augusti 2023 och omfattar alla leverantörer, fastighetsägare, byggherrar med flera samt att betalning av fakturorna är

nödvändigt för att få tillgång till Marknadsplatsen. Fakturorna och påminnelserna innebär även att SundaHus kräver betalning för och förmedlar intrycket att det föreligger betalningsskyldighet trots att det inte finns något bakomliggande avtal som innebär betalningsförpliktelse.

Efter omfattande kritik mot SundaHus angavs att Marknadsplatsen, i stället för augusti 2023, skulle lanseras den 1 mars 2024. Därefter meddelades att Marknadsplatsen skulle lanseras den 1 maj 2024. Någon Marknadsplats har dock aldrig lanserats, och ingen information om Marknadsplatsen, prislister eller prenumurationsavgifter har funnits på SundaHus hemsida. Den 1 juni 2024 lanserade SundaHus i stället ProductStory som enligt SundaHus ”motsvarar i praktiken Marknadsplatsen”, vilket innebär att Marknadsplatsen introducerades först 10–11 månader efter att fakturorna om Marknadsplatsen skickades ut. Varken Marknadsplatsen eller ProductStory har dock varit något annat än den plattform som SundaHus alltid publicerat sina bedömningar på, och inga nya funktioner har kunnat redogöras för.

Agerandena enligt yrkande 1.1 och 1.2 strider mot punkt 21 och punkt 29 i svarta listan, 5, 7 och 10 §§ marknadsföringslagen (2008:486) och är otillbörliga enligt 6 och 8 §§ marknadsföringslagen.

Enligt gällande avtal mellan leverantörer och SundaHus sker inga ombedömningar av bedömda produkter såvida inte produkternas sammansättning ändras. SundaHus har dock, under hösten 2023 och våren 2024, vid bland annat kontakter och presentationer med leverantörer och branschföreningar framfört att ombedömningar ska ske vart tredje år, oavsett om någon förändring i produktens sammansättning skett eller inte. Vidare har även SundaHus före detta VD framfört detta. Enligt SundaHus ska leverantörerna även betala för ombedömningarna, och de produkter som inte bedöms på nytt blir avregistrerade i SundaHus databas.

Agerandet enligt yrkande 1.3 strider mot 5, 7 och 10 §§ marknadsföringslagen och är otillbörligt enligt 6 och 8 §§ marknadsföringslagen.

*Yrkande 2 – vilseledande påståenden genom aggressiv marknadsföring*

Vilseledande påståenden om SundaHus affärsmodell och tjänster

SundaHus använder sig av vilseledande påståenden om sin affärsmodell och tjänst vid marknadsföringen av tjänster och system rörande bedömningar av byggmaterialprodukter, byggnader och materialval. De vilseledande påståendena utgörs av de påståenden som framgår av yrkande 2.1–2.4, 2.9, 2.10 och 2.17–2.20.

Påståendena i yrkande 2.1 och 2.2 förekommer på fakturor till kunder och består av information om ett erbjudande om bedömning av byggmaterial och synlighet på SundaHus plattform. Påståendena ger även intrycket av att SundaHus plattform dels utgör en marknadsplats, dels är Sveriges största. Redan det förhållandet att påståendena förekommer på fakturorna gör påståendena vilseledande och otillbörliga. Vidare avser fakturorna bedömningar och synlighet på SundaHus plattform som mottagaren redan har betalat för. SundaHus plattform är varken en marknadsplats eller Sveriges största plattform för bedömda byggmaterial. Marknadsplats innebär att det är fråga om en plats eller sammankomst där köp och försäljning sker. Det förekommer inga köp eller försäljningar av byggmaterial på SundaHus plattform.

Påståendena i yrkande 2.3 och 2.4 förekommer på fakturor till kunder och avser information om att en prenumerationsavgift kommer utgå för att synas på SundaHus plattform. Redan det förhållandet att påståendena förekommer på fakturor gör påståendena vilseledande och otillbörliga. Vidare utgår ingen prenumerationsavgift för synlighet på SundaHus plattform. Synligheten som fakturorna avser är även något som mottagaren redan har betalat för. SundaHus plattform utgör inte heller en marknadsplats.

Påståendena i yrkande 2.9 och 2.10 förekommer i SundaHus svar till kunder som bestridit eller ifrågasatt fakturorna och avser information om att en årsprenumeration gäller för att synas på SundaHus plattform. Redan det förhållandet att påståendena förekommer på dessa svar gör dem vilseledande och otillbörliga. Vidare så är det inte fråga om någon årsprenumeration, satsning eller bättre service eftersom fakturan avser bedömningar och synlighet på SundaHus plattform som mottagaren redan har betalat för. SundaHus plattform utgör inte heller en marknadsplats.

Påståendena i yrkande 2.17–2.20 förekommer på SundaHus fakturor till kunder och förmedlar att det gäller en prenumeration för leverantörer att utnyttja SundaHus tjänst. Det är inte fråga om någon ”prenumeration”, ”prenumerationsmodell” eller ”årsprenumeration”, utan fakturorna avser bedömningar som redan skett och som leverantörerna redan betalat för.

Påståendena i yrkande 2.1–2.4, 2.9 och 2.10 är i strid med 5 § och 10 § st. 1 och st. 2 p. 1 och 5 marknadsföringslagen. Påståendena påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut enligt 6 och 8 §§ marknadsföringslagen och är därför otillbörliga. Påståendet i yrkande 2.17 är i strid med 10 § st. 1 och st. 2 p. 1, 2 och 5 marknadsföringslagen. Påståendet påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut enligt 8 § marknadsföringslagen och är därför otillbörligt. Påståendena i yrkande 2.18–2.20 är i strid med 10 § st. 1 och st. 2 p. 1 och 5 marknadsföringslagen. Påståendena påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut enligt 8 § marknadsföringslagen och är därför otillbörliga. Samtliga dessa vilseledande påståenden har marknadsförts genom aggressiv marknadsföring enligt 7 § marknadsföringslagen vilket också märkbart har påverkat eller sannolikt påverkat mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut. Marknadsföringen är otillbörlig.

Vilseledande, aggressiva och hotfulla påståenden

Förutom att vara vilseledande är SundaHus påståenden vid marknadsföringen av tjänster och system rörande bedömningar av byggmaterialprodukter, byggnader och materialval som framgår av yrkande 2.5–2.8, 2.11 och 2.12 aggressiva och hotfulla.

Påståendena i yrkande 2.5–2.8 förekommer på fakturor till kunder. Som redan framgått avser fakturorna något som mottagaren inte har beställt eller ingått avtal om. Redan det förhållandet att påståendena förekommer på fakturor gör påståendena vilseledande och otillbörliga. Påståendena är vilseledande, saknar rättslig grund och utgör otillbörliga hot eller påtryckningar.

Påståendena i yrkande 2.11 och 2.12 förekommer i SundaHus meddelanden till leverantörer som bestridit eller ifrågasatt SundaHus fakturor som avser något mottagaren inte har beställt eller ingått avtal om. Påståendena innehåller information om att SundaHus kommer avregistrera leverantörers produkter om fakturorna inte betalas. Redan det förhållandet att påståendena förekommer som svar på bestridande och ifrågasättanden av fakturorna gör att påståendena är vilseledande och otillbörliga. Det är fråga om otillbörliga hot och påtryckningar som saknar rättslig grund. Synligheten på SundaHus plattform ingår i den tjänst som mottagaren redan betalat för. Påståendet avser leverantörernas samtliga produkter som de redan betalat stora summor för att få bedömda, och en avregistrering innebär att produkterna inte längre är valbara i fastighetsprojekt.

Påståendena är i strid med 5 §, 7 §, 7 a § p. 1 och 4 samt 10 § st. 1 och st. 2 p. 1 och 5 marknadsföringslagen. Påståendena påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut enligt 6 och 8 §§ marknadsföringslagen och är därför otillbörliga.

Felaktiga påståenden om SundaHus ställning på marknaden, verksamhet och dess miljö- och hälsoeffekter

SundaHus använder sig av felaktiga påståenden om SundaHus ställning på marknaden och dess verksamhets miljö- och hälsoeffekter. De felaktiga påståendena utgörs av de påståenden som framgår av yrkande 2.13–2.16 och 2.21–2.45. Påståendena som omfattas av yrkande 2.13–2.16 förekommer på vissa av SundaHus fakturor och påståendena som omfattas av yrkande 2.21–2.45 förekommer på SundaHus hemsida.

Påståendet i yrkande 2.13 är mycket långtgående och reservationslöst beträffande ställningen på marknaden och miljöeffekter. Det finns ingen utredning eller något material tillgängligt till stöd för påståendet. Vidare är SundaHus plattform inte en marknadsplats då det inte förekommer några köp eller försäljningar av byggmaterial där. Den så kallade Marknadsplatsen har dessutom aldrig lanserats.

Påståendet i yrkande 2.14 är mycket långtgående och reservationslöst beträffande ställningen på marknaden. Det finns ingen utredning eller något material tillgängligt till stöd för påståendet. Vidare är SundaHus plattform inte en marknadsplats då det inte förekommer några köp eller försäljningar av byggmaterial där. Den så kallade Marknadsplatsen har dessutom aldrig lanserats.

Påståendet i yrkande 2.15 är mycket långtgående och reservationslöst beträffande SundaHus ställning på marknaden och deras miljöeffekter. Det finns ingen utredning eller något material tillgängligt till stöd för påståendet.

Påståendet i yrkande 2.16 är felaktigt och vilseleder om SundaHus verksamhet. Av SundaHus uppgifter framgår att SundaHus marknadsplats endast finns i Sverige och möjligen i Danmark. Vidare är SundaHus plattform inte en marknadsplats då det inte förekommer några köp eller försäljningar av byggmaterial där. Den så kallade Marknadsplatsen har dessutom aldrig lanserats.

Påståendena i yrkande 2.21–2.44 är reservationslösa och mycket långtgående. Det finns ingen utredning eller något material tillgängligt till stöd för påståendena. Påståendena är felaktiga och vilseleder om SundaHus och SundaHus verksamhet och dess miljö- och hälsoeffekter. Påståendena i yrkande 2.21, 2.25 och 2.26 är synnerligen allvarliga eftersom fastighetsägare ofta inte själva har kunskapen att bedöma vad som är bra ur ett hälso- och miljöperspektiv, utan förlitar sig på att SundaHus ska kunna ge vägledning och rekommendationer om vilka produkter som ur ett hälso- och miljöperspektiv är bra. SundaHus tjänster medför ingen trygghet för fastighetsägare. Det finns ingen utredning till stöd för påståendena.

Påståendet i yrkande 2.45 används frekvent i marknadsföringen och på SundaHus hemsida. Ett stort antal av yrkandena ovan rör påståenden där uttrycket ”SundaHus” förekommer. Det är inte fråga om att SundaHus använder sitt företagsnamn med uttrycket ”SundaHus”, eftersom bolagets företagsnamn är SundaHus i Linköping AB. ”SundaHus” används inte heller som ett företagsnamn, utan är ett marknadsföringspåstående. SundaHus förmedlar i sig självt, och särskilt i de sammanhang där de förekommer, intrycket av att vara ”sunda/sundare hus” och innebär att de aktuella tjänsterna skulle medföra sunda hus eller sundare hus än om tjänsterna inte används. Det finns ingen utredning eller något material tillgängligt till stöd för påståendet. Påståendet används reservationslöst, är felaktigt och vilseleder om bolaget och bolagets verksamhet och dess fördelar från miljö- och hälsosynpunkt.

Påståendena i yrkande 2.13, 2.15 och 2.21–2.45 är i strid med 10 § st. 1 och st. 2 p. 1, 2 och 5 marknadsföringslagen. Påståendena påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut enligt 8 § marknadsföringslagen och är därför otillbörliga. Påståendena i yrkande 2.14 och 2.16 är i strid med 10 § st. 1 och st. 2 p. 1 och 5 marknadsföringslagen. Påståendena påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut enligt 8 § marknadsföringslagen och är därför otillbörliga.

*Yrkande 3 – worst-case ämnen*

SundaHus bedömningar utgör marknadsföring

Definitionen av marknadsföring enligt marknadsföringslagen är vid, och SundaHus tillhandahållande och utförande av sina tjänster, inklusive bedömningarna, utgör marknadsföring enligt marknadsföringslagen.

SundaHus bedömningar, och de bedömda produkterna utgör en väsentlig del i de tjänster och det system som SundaHus marknadsför och tillhandahåller till sina kunder (se bland annat yrkande 2.1, 2.15, 2.25, 2.31 och 2.44). Bedömningarna ligger även till grund för den Marknadsplats genom vilken SundaHus försökt få leverantörer att betala igen för redan utförda och på plattformen publicerade bedömningar, och är således även en del av Marknadsplatsen som marknadsförs (se bland annat yrkande 2.13). Det som finns i SundaHus databas, bland annat bedömningarna, är det som SundaHus marknadsför och tillhandahåller vilket således utgör marknadsföring.

Många bedömningar som SundaHus gör sker på uppdrag av bland annat fastighetsägare, byggherrar och projektledare, helt utan leverantörernas vetskap. Dessa bedömningar grundar sig ofta på ofullständig information vilket resulterar i dåliga betyg i SundaHus databas. Detta används som skäl, det vill säga marknadsföring, för att få leverantörer att göra ombedömningar av produkterna.

Felaktiga påståenden om produkters innehåll

Leverantörer som önskar få produkter bedömda och vara med i SundaHus databas får betala en avgift per produkt som blir bedömd. SundaHus bedömningar baseras på produkternas säkerhetsdatablad och byggvarudeklarationer. Därutöver kräver SundaHus att 99,9 % av produkternas innehåll ska deklarerars, något som inte alltid kan göras med hänsyn till bland annat affärshemligheter, immaterialrättslig lagstiftning eller att leverantörer inte har tillgång till all data avseende råvaror och insatsprodukter.

För det fall SundaHus vid sina bedömningar anser sig sakna uppgifter anger bolaget godtyckligt att så kallade worst-case-ämnen finns i produkten. I vissa fall har det även angetts för produkter där det lämnats fullständig dokumentation. Detta medför att produkter ofta tillskrivs farliga ämnen som inte finns i produkten, och som inte motsvarar produktens verkliga sammansättning och egenskaper. Samma kategori av produkt, med samma innehåll och funktion, kan även tillsättas helt skilda worst-case-ämnen. Har en produkt tillskrivits ett worst-case-ämne så kan det medföra att produkten får symbolen ”tumme ner” i SundaHus databas, vilket medför att beställare inte undersöker produkten närmre utan i stället går vidare och letar efter en ny produkt. Att en produkt tillskrivs ett visst farligt ämne som den inte innehåller kan även medföra att produkten får en felaktig klassificering, exempelvis ”H 317” som innebär att produkten kan orsaka allergisk hudreaktion. SundaHus falska angivande av att produkter innehåller farliga ämnen som de inte innehåller är vilseledande, misskrediterande och otillbörligt i sig, och produkten blir dessutom felklassificerad, felmärkt och marknadsförs med felaktiga säkerhetsdatablad.

Agerandet strider mot 5 § och 10 § st. 1 och st. 2 p. 1, 2 och 5 marknadsföringslagen. Agerandet påverkar eller sannolikt påverkar mottagarnas förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut och är därför otillbörligt enligt 6 och 8 §§ marknadsföringslagen.

#### *Yrkande 4 – oskäligen avtalsvillkor*

För att få en produkt bedömd av SundaHus måste leverantörer skapa ett kostnadsfritt leverantörskonto. För att skapa ett kostnadsfritt Leverantörskonto i SundaHus system krävs det att leverantören accepterar 2016 års allmänna villkor för miljöbedömning. Det finns således inget förhandlingsutrymme för leverantörerna.

Till följd av SundaHus starka ställning på marknaden måste leverantörer i praktiken vara med i SundaHus bedömningssystem. Detta innebär att leverantörerna har en

underlägsen ställning i förhållande till SundaHus, och att SundaHus har en betydande ställning på marknaden som de också utnyttjar.

#### Yrkande 4.1

Under punkt 4.2 i 2016 års allmänna villkor för miljöbedömning framgår villkoret ”*SundaHus har rätt att, självständigt eller i samarbete med tredje part, fritt och för valfritt syfte använda, modifiera, registrera, länka till eller på annat sätt tillgängliggöra Resultatet och all Produktdata även i andra sammanhang än via Plattformen*”. I praktiken innebär villkoret att så snart en leverantör skapat ett kostnadsfritt leverantörskonto hos SundaHus får SundaHus en slags äganderätt till, eller i vart fall en helt obegränsad och oinskränkt nyttjanderätt till, all information som kommer från leverantören. Det är ovanligt med avtalsvillkor som ger en part rätt att ensidigt modifiera villkoren för en redan köpt eller utförd tjänst. Därför ställs krav på att SundaHus noga klargör innebörden av villkoret till leverantörerna. Informationen kan av SundaHus användas till vad som helst utan samtycke från leverantören, exempelvis försäljning till konkurrenter eller för att tillverka och sälja egna produkter. Villkoret är uppenbart oskäligt, avviker markant från den dispositiva kontraktsrätten samt sedvänja och det finns inget objektivt eller rimligt skäl för villkoret.

#### Yrkande 4.2

Av punkt 8.1 i 2016 års allmänna villkor för miljöbedömning framgår villkoret ”*Samtliga Immateriala Rättigheter som uppstår genom SundaHus utförande av Tjänsten, inklusive men inte begränsat till Resultatet, är SundaHus exklusiva egendom*”. Genom villkoret tvingar SundaHus till sig immaterialrättslig egendom, eller i vart fall en helt obegränsad och oinskränkt nyttjanderätt till immaterialrättslig egendom. Villkoret avviker markant från den dispositiva kontraktsrätten och sedvänja, är uppenbart oskäligt och det finns ingenting inom den dispositiva rätten som skulle kunna medföra att ett sådant villkor är skäligt.

Yrkande 4.3

Av punkt 3.2 i 2016 års allmänna villkor för miljöbedömning framgår villkoret ”*Tjänsten utförs i enlighet med SundaHus vid var tid gällande bedömningskriterier. Kriterierna finns publicerade på SundaHus webbplats, <http://www.sundahus.se/>”.* Villkoret innebär att SundaHus när som helst ensidigt kan ändra sina bedömningskriterier utan att dessa är hänförliga till gällande lagar och riktlinjer på marknaden. Ensidigheten medför att leverantörer som betalar för tjänsten kan komma att bedömas enligt andra kriterier än de som förevarit vid avtalsingåendet som leverantörerna accepterat att bli bedömda utifrån. Av den dispositiva kontraktsrätten och sedvänja följer att en part inte ensidigt kan bli bunden av ett avtalsinnehåll som avviker från vad parten accepterat. Det finns inget objektivt eller rimligt skäl för villkoret, och oaktat hur SundaHus tillämpar det frantar det inte att villkoret är oskäligt.

Yrkande 4.4

I punkt 10.1 i 2016 års allmänna villkor för miljöbedömning framgår villkoret ”*[...] SundaHus har inte kontrollerat, och saknar möjlighet att kontrollera, om Produktdata och kriterier är korrekta och fullständiga. SundaHus tar därför inget ansvar för eventuella fel eller brister i Tjänsten som är hänförliga till felaktig eller ofullständig Produktinformation eller till felaktiga eller ofullständiga bedömningskriterier [...]*”. Genom villkoret begränsar SundaHus sitt ansvar. Begränsningen inkluderar de bedömningskriterier som SundaHus själv ställer upp för den tjänst de tillhandahåller och tar betalt för. Leverantörer, fastighetsägare, byggherrar med flera betalar således för tjänster som kan vara, och ofta är, felaktiga eftersom SundaHus inte utför någon kontroll. Felaktig information kan leda till att produkter väljs bort på felaktiga grunder. Vidare kan det leda till anspråk från leverantörers kunder i form av att byggföretag som köper in stora mängder produkter, efter att de fått information från SundaHus att en produkt innehåller ett worst-case-ämne, skickar tillbaka produkterna till leverantören. Detta kan i praktiken innebära att leverantörerna står risken för SundaHus information och bedömningar. Vidare leder påståenden om innehåll till

badwill för leverantörerna och deras produkter. En total friskrivning följer varken handelsbruk, den dispositiva kontraktsrätten eller sedvänja.

### *Vitesbeloppet*

SundaHus gör flera miljoner kronor i vinst varje år. Mot bakgrund av omfattningen av marknadsföringen, dess spridning samt skyddsintresset finns det skäl att bestämma vitet till ett högt belopp.

SundaHus har utnyttjat sin starka ställning på marknaden för att på ett oskäligt sätt väsentligt försöka öka sina intäkter utan att erbjuda några förbättrade tjänster. Vidare har SundaHus marknadsföringspåståenden varit lättillgängliga på bolagets hemsida och riktar sig mot fastighetsägare, byggherrar och andra aktörer inom byggbranschen som saknar närmare kunskap om byggmaterialsprodukters miljö- och hälsoegenskaper. SundaHus måste ha varit medvetet om att åtgärderna är otillåtna och att påståendena är felaktiga och vilseledande. Vidare har marknadsföringen sänts ut och utökats till samtliga iBinders kunder i Sverige och ”globalt”.

SundaHus har även fortsatt med aggressiv marknadsföring efter det att plattformen bytte namn till ProductStory, och fortsatt med att skicka ut fakturor rörande Marknadsplatsen, senast i december 2024. Det föreligger skäl att motivera ett kraftigt verkande vite på åtminstone en miljon kr.

## **SundaHus**

### *Genomsnittskonsumenten*

SundaHus marknadsföring riktar sig till främst två målgrupper. Den ena är aktörer på projektkundsiden, bland annat fastighetsägare, byggherrar, konsulter, projektledare och arkitekter. Den andra gruppen är aktörer på leverantörsidan för byggmaterial. De aktuella personerna på projektkundsiden arbetar med fastighetsprojekt, byggmaterial

och olika certifieringar i näringsverksamhet inom en sektor där miljö-, hälso- och hållbarhetskraven utifrån både lagstiftning och kommersiella krav ständigt ökar. Den typiske användaren av SundaHus databas förväntas ha en initierad kännedom om befintliga miljö- och hälsokrav inom byggsektorn, liksom om den nära förestående utvecklingen på området. Genomsnittskonsumenten förväntas också ta del av den mer detaljerade informationen som ges i förhållande till exempelvis en produkts bedömnings-utfall.

Även aktörer på leverantörssidan måste anses ha en förhållandevis hög kunskap om såväl de aktuella tjänsterna som regelverk på området. Det finns en mängd tvingande lagstiftningsaspekter kopplade till miljö och hälsa som leverantörer måste efterleva, och de har en skyldighet att lämna korrekt information i samband med beställning av produktbedömningar. För att på ett förtjänstfullt sätt kunna beställa produktbedömningar samt kunna marknadsföra och sälja sina produkter måste leverantörer också förväntas ha god kännedom om projektkundernas krav på de produkter som används i fastighetsprojekt.

Båda målgrupperna inkluderar således personer som arbetar med byggmaterial och olika certifieringar i näringsverksamhet. Genomsnittskonsumenten i förevarande mål kan alltså förväntas ha en hög kännedom om befintliga miljö- och hälsokrav enligt gällande lagstiftning och certifieringar inom byggsektorn.

#### *Yrkande 1 – fakturor, påminnelser och ombedömningar*

SundaHus medger förbud som motsvarar Sveffs yrkande 1.1 och 1.2 i enlighet med hur förbud enligt praxis ska formuleras. SundaHus medger inte meddelande av förbud i enlighet med Sveffs yrkande. Enligt SundaHus bör ett förbud utformas enligt följande ”SundaHus förbjuds vid vite om 500 000 kr att vid marknadsföring av tjänster rörande bedömningar av byggmaterialprodukter genom faktura eller fakturapåminnelse kräva

*betalning på sätt som skett enligt Bilaga, om det inte föreligger något bakomliggande avtal som innebär sådan betalningsförpliktelse”.*

SundaHus har inte skickat några ”bluffakturor” till sina kunder och syftet med fakturorna har aldrig varit att kunderna ska betala för något de inte har accepterat. SundaHus medger dock att den information som skickats ut till kunderna i samband med introducerandet av den nya affärsmodellen har varit otydlig avseende att det varit frivilligt att acceptera erbjudandet. Det kan därför inte uteslutas att vissa kunder fått en felaktig uppfattning att det förelåg betalningsskyldighet.

Marknadsplatsen lanserades för utvalda leverantörskunder genom ett pilotprojekt som inleddes under sensommaren 2023. De berörda kunderna informerades om detta, utöver de fakturor som skickats ut, genom antingen e-post och/eller dialog per telefon i oktober 2023. Marknadsplatsen utgjorde en ompaketering av SundaHus befintliga tjänst, och företogs i anslutning till SundaHus revision av sin affärsmodell. Under våren 2024 bytte Marknadsplatsen namn till ProductStory, och den 1 juni 2024 lanserades ProductStory fullt ut. Att informationen var bristfällig till kunderna, och att namnet sedermera ändrades, innebär dock inte att lanseringen inte har genomförts. SundaHus har gjort stora investeringar i Marknadsplatsen/ProductStory. Flera nya funktioner har införts, bland annat uppgradering av databasen för att stödja utvärderingar av produkter från andra certifieringsstandarder och nya kravspecifikationer, system för multifaktorautentisering, ny beställningsportal och flytt av databas till extern hosting för att stärka systemets driftsäkerhet.

Förbudsyrkande 1.3 saknar grund i en otillåten handling. Inför lanseringen av SundaHus nya affärsmodell såg bolaget ett behov av att kräva omdömmen av produkter som registrerats i bolagets system. Regelverken som SundaHus tillämpar vid sina bedömningar uppdateras löpande. För att kunna redovisa tillförlitliga bedömningsresultat krävs således att produkter omdöms med lämpligt intervall. SundaHus har dock aldrig marknadsfört, lanserat eller tillämpat ett krav på

ombedömningar i treårsintervall. SundaHus har däremot bjudit in diverse intressenter till en konstruktiv och transparent dialog i samband med utformningen av SundaHus reviderade affärsmodell för att erhålla feedback från relevanta branschaktörer. I detta hänseende har SundaHus informerat om sina planer med ombedömningar i treårsintervall, under bland annat schemalagda möten. Den samlade dialogen med branschaktörer mynnade i slutändan ut i att SundaHus slopade treårsintervallet till förmån för ett femårsintervall, samt att det allmänna villkoret avseende ombedömningar enbart gäller för det fall produktens sammansättning förändrats. Det officiella beslutet att tillämpa krav på ombedömningar vart femte år kommunicerades den 1 juni 2024.

Ett påstående som innebär att en viss åtgärd ska utföras i enlighet med en överenskommelse mellan parterna utgör inte otillbörlig marknadsföring. Villkoret med ombedömningar vart femte år för det fall produktens sammanställning förändrats, i enligt med underliggande avtalsvillkor, kan dessutom inte anses vara en otillbörlig affärsmetod. Förbudsyrkandet är vidare för otydligt för att kunna bifallas.

#### *Yrkande 2 – vilseledande påståenden*

Yrkandena är för otydligt utformade

Ingressen till samtliga förbudsyrkanden för Yrkande 2 innehåller formuleringen att SundaHus ska förbjudas att använda de yrkade påståendena ”[...] på sätt som skett eller väsentligen liknande sätt”. Vidare innehåller avslutningen av yrkandena formuleringen ”eller andra påståenden med väsentligen samma innebörd”. Formuleringarna ger de yrkade förbuden en omotiverad vidsträckt omfattning. Oklarheten förstärks av att den yrkade förbudsutformningen kombinerar dessa två oprecisa formuleringar.

Det är vidare oklart vad som menas med ”byggmaterialprodukter, byggnader och materialval” i ingressen till samtliga förbudsyrkanden för Yrkande 2. SundaHus bedömer inte byggnader som sådana, och det är oklart på vilket sätt ”byggmaterialprodukter” skiljer sig från ”materialval”. SundaHus bedömer inte beställares materialval utan endast leverantörers byggmaterialprodukter, vilket underlättar för beställare att göra sina materialval. Av stämningsansökan framgår inte heller att SundaHus verksamhet skulle omfatta bedömningar av byggnader eller materialval. Yrkandena innehåller således oriktiga påståenden om SundaHus verksamhet.

Förbuden strider även mot principen om att eventuella förbud ska träffa de marknadsföringspåståenden som utgör en konkret överträdelse av lagstiftningen, då yrkandena 2.3–2.12, 2.14, 2.17–2.43 och 2.45 inte är kopplade till någon konkret överträdelse av marknadsföringslagstiftningen.

Yrkandena innehåller även uttryck som Sveff inte gör gällande strider mot marknadsföringslagstiftningen, exempelvis yrkande 2.1 och påståendet ”SundaHus erbjuder både bedömning av byggmaterialprodukter...”, samt yrkande 2.2, 2.3–2.12, 2.17–2.20, 2.24, 2.27, 2.28, 2.31, 2.37, 2.38 och 2.43.

Påståendena utgör inte någon överträdelse av lagstiftningen. Det går vidare inte att förstå hur Sveff menar att vissa delar av påståendena i yrkandena 2.1–2.12, 2.17, 2.19, 2.20, 2.24, 2.27, 2.28, 2.31, 2.37, 2.28 och 2.43 utgör överträdelser av marknadsföringslagstiftningen. Yrkandena träffar således uttryck som det inte finns någon laglig grund att förbjuda. Mot bakgrund av ovan är det oklart, för det fall yrkandena skulle bifallas, vilka uttryck som SundaHus skulle förbjudas att använda framgent.

SundaHus kan överväga att medge ett förbud mot att vid marknadsföring av tjänster och system rörande bedömningar av byggmaterialprodukter kalla sig ”Sveriges största

marknadsplats”, ”Sweden’s biggest marketplace”, ”SundaHus marknadsplats är nu global” eller ”marknadens största system”, på sätt som skett utan att det kan styrkas. Förbudsyrkandena 2.1–2.2, 2.13, 2.16 och 2.44 är emellertid för oprecist utformade för att kunna medges, och behöver därför i dess nuvarande utformning prövas av domstol. Yrkandena 2.1 och 2.2 innehåller dessutom begrepp och uttryck som SundaHus inte medger förbud mot.

SundaHus kan också överväga att medge ett förbud mot att vid marknadsföring av tjänster och system rörande bedömningar av byggmaterialprodukter använda ”miljövänliga byggnadsmaterial” på sätt som skett utan att det kan styrkas. SundaHus medger dock inte förbudet så som det är formulerat i yrkande 2.15, eftersom det innehåller andra begrepp och uttryck som SundaHus inte medger förbud mot. Yrkandet i dess nuvarande utformningen behöver följaktligen prövas av domstol.

Påståendena strider inte mot marknadsföringslagstiftningen

Påståendena som omfattas av yrkande 2.3–2.9, 2.11, 2.12, 2.19 och 2.20 utgör inte marknadsföring i marknadsföringslagens mening, trots att de förekommer på fakturautskick som utgör erbjudanden som kunderna frivilligt kunde välja att delta i eller inte. Påståendena innehåller praktisk information, rena upplysningar, om SundaHus tjänster och är inte i sig sälj- eller avsättningsfrämjande åtgärder. De utgör inte kommersiella meddelanden eller affärsmetoder. Ett förbud mot påståendena skulle begränsa SundaHus möjligheter att uppställa villkor i sin verksamhet och beskriva sin verksamhet.

I det fall påståendena i yrkande 2.3, 2.11 och 2.12 i det sammanhang som de förekommer är att bedöma som marknadsföring, utgör påståendena, var för sig eller sammantagna, inte några överträdelser av marknadsföringslagen.

Påståendena som omfattas av yrkande 2.4–2.8 förekommer på fakturor och fakturapåminnelser. Påståendena utgör inte kommersiella meddelanden eller affärsmetoder och är inte i sig säljfrämjande åtgärder. Påståendena innehåller information om SundaHus tjänster och förmedlas inte i en köpsituation. Fakturorna och fakturapåminnelserna har skickats till befintliga kunder och påståendena innehåller sådan information om SundaHus verksamhet och avtalsvillkor som är relevant för mottagarna. De utgör inte marknadsföring. Även om domstolen skulle finna att påståendena är att bedöma som marknadsföring, utgör påståendena, var för sig eller sammantagna, inte några överträdelser av marknadsföringslagen.

Påståendena som omfattas av yrkande 2.9, 2.11 och 2.12 har framförts som svar på frågor från kunder och innehåller information om SundaHus nya tjänst och prenumerationsmodell och utgör inte marknadsföring. För det fall domstolen skulle finna att uttrycken utgör marknadsföring är uttrycken inte lagstridiga. Påståendena i yrkandena kvalificeras med ytterligare information och avsikten med informationen är att informera kunderna om att den tidigare tjänsten inte kommer att tillhandahållas. Om en leverantör meddelat att den inte vill ta del av den nya tjänsten kommer produkterna att avregistreras i databasen i och med att avtalet mellan SundaHus och leverantören upphör. Agerandet är inte hotfullt eller aggressivt, och det framgår tydligt av kommunikationen att leverantören inte behöver acceptera att ingå avtal om den nya tjänsten.

Påståendena i yrkande 2.4 och 2.9 utgör inte någon överträdelse av 5 eller 10 §§ marknadsföringslagen. Inte heller är det sannolikt att påståendena skulle påverka mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut. Påståendena i yrkande 2.5–2.8, 2.11 och 2.12 utgör inte någon överträdelse av 5, 7 eller 10 §§ marknadsföringslagen. Påståendena strider inte mot god marknadsföringssed och innebär inte att SundaHus använt sig av aggressiv eller vilseledande marknadsföring. Agerandet i yrkande 2.4–2.9, 2.11 och 2.12 har inte varit otillbörligt enligt 6 och 8 §§ marknadsföringslagen.

Påståenden om SundaHus miljö- och hälsoeffekter

Påståendena som omfattas av yrkande 2.13, 2.15–2.45 och som avser miljö, hållbarhet och hälsa tar sikte på att SundaHus system och bedömningar möjliggör val av produkter som uppnår uppställda miljökrav enligt både SundaHus bedömningskriterier och andra system. SundaHus har aldrig påstått att SundaHus verksamhet eller system i sig skulle vara hållbara eller miljövänliga.

SundaHus bedömningar bygger på lagstiftning och normer som bland annat ställer upp krav på produkter utifrån miljö- och hälsoaspekter. De system som reglerar kravställningarna (till exempel svensk och EU-rättslig lagstiftning samt olika miljöcertifieringar som Svanen med flera) utgår från vad som kan kvalificeras som till exempel ”hållbart”, ”giftfritt” och ”bra för miljön”. Produkter som bedömts enligt dessa systems normer kan givetvis benämnas som exempelvis ”hållbara”, ”miljömedvetna” och ”miljöbedömda” i enlighet med påståendena i yrkande 2.13, 2.15–2.17, 2.21–2.23 och 2.25–2.43.

Avseende uttrycket ”trygghet” i påståendena som omfattas av yrkande 2.21, 2.25, 2.26 och 2.43 möjliggör SundaHus system val av produkter som bygger på vedertagna normer. Användarna har tillgång till ett omfattande beslutsunderlag när produkter ska väljas. Fastighetsägare som använder SundaHus system för produktbedömning kan därmed göra mer medvetna val. Vidare erbjuder SundaHus ett antal olika tjänster till stöd för fastighetsägare såsom miljödeklarationer, revisionstjänst för kriteriesättning, loggboksrevision, tjänster för rapporter för uppföljning och intern rapportering, konsulttjänster för projektledning och uppsättning av projekt samt olika utbildningar. SundaHus tjänst skapar därmed en trygghet för fastighetsägare som kan känna sig trygga med sina produktval.

Avseende uttrycken ”effektiva lösningar”, ”efficient solutions”, ”effektivt och resultatorienterat arbete” och ”effective and resultoriented work” i påståendena som omfattas av yrkande 2.22, 2.31, 2.35 och 2.36 är SundaHus databas lättnavigerad och

möjliggör informerade produktval på grundval av projektets aktuella krav. SundaHus system möjliggör effektiva lösningar jämfört med alternativ som att exempelvis utföra bedömningar själv inom projektet eller anlita konsulter som på projektbasis hjälper företag med materialval och loggboksarbete. Sådana alternativa lösningar är som huvudregel projektbaserade och medför omfattande kostnader för att vid det enskilda tillfället utvärdera och anpassa loggboken. I SundaHus system kommer den bedömning av en produkt som initierats av dess användare i ett projekt att automatiskt vara tillgänglig för alla andra projekt. Systemet medför effektivisering för användarna i branschen i sin helhet.

Påståendet som omfattas av yrkande 2.45 utgör inte marknadsföring enligt marknadsföringslagen. Påståendet används inte på ett sätt som kan ge genomsnittskonsumenten uppfattningen att det rör sig om ett miljöpåstående.

”SundaHus” utgör en förkortning av företagsnamnet och uppfattas även som det. Att använda ett sekundärt kännetecken, som i detta fall en företagsnamnsdominant, är helt förenligt med lag. Det faktum att begreppet används hopskrivet och med versaler i början av orden ”Sunda” och ”Hus” medför än mindre att genomsnittskonsumenten uppfattar detta som en beskrivning av tjänsterna eller bedömningarna. Det används inte heller som om en utfästelse om att SundaHus verksamhet utlovar sådana miljö- och hälsoeffekter som resulterar i ”sunda/sundare hus” och av sammanhanget där begreppet förekommer står det klart att SundaHus inte påstår att dess tjänster per automatik leder till ”sunda/sundare hus”. Det faktum att ”SundaHus” också används på SundaHus engelskspråkiga delar av webbplatsen visar att det används som identifikationsbärare av företaget och inte som ett marknadsföringspåstående.

Påståendena i yrkande 2.13–2.45 utgör inte någon överträdelse av 10 § marknadsföringslagen och är inte heller otillbörliga enligt 8 § marknadsföringslagen.

#### Påståenden om SundaHus ställning på marknaden

SundaHus bedömningssystem används av de flesta byggmaterialtillverkare, inklusive de största aktörerna. SundaHus anlitas även av ett stort antal företag och är ett av tre bedömningssystem på marknaden. Det är därför inte vilseledande att beteckna SundaHus och dess verksamhet som ”branschledare”, ”ledande aktör”, ”leading player”, ”leading international supplier”, ”ledande system”, ”market leader” och ”främsta valet för Sveriges fastighetsägare, entreprenörer och byggprojekt” i enlighet med påståendena i yrkande 2.14, 2.15, 2.29, 2.30, 2.32, 2.39 och 2.40.

#### Begreppet ”marknadsplats”

Genomsnittskonsumenten uppfattar inte begreppet ”marknadsplats” som omfattas av yrkande 2.1–2.4, 2.9, 2.12–2.14 och 2.19 i den begränsande betydelsen ”en plats eller sammankomst där köp eller försäljning sker”. I Svenska Akademiens Ordbok har begreppet ”marknadsplats” fler betydelser än den som Sveff nämner, exempelvis ”öppen plats där marknads hålles” eller ”plats för viss företeelse, samlingsplats, centrum för något”.

SundaHus gör gällande att begreppet ”marknadsplats” används i en bredare bemärkelse, exempelvis som en plats där säljare och köpare möts.

Genomsnittskonsumenten i förevarande mål skulle uppfatta begreppet som en allmän beteckning på exempelvis webbplatser med information om produkter.

SundaHus databas och system används av de leverantörer som önskar sälja sina produkter till beställare på marknaden. Det är ett led i leverantörssidans marknadsföring och försäljning av sina produkter. Likaså använder aktörer på beställarsidan databasen i syfte att ta beslut om vilka produkter som ska köpas in. Det saknar betydelse att själva försäljningen av produkter sker någon annanstans än på SundaHus webbplats.

Begreppet ”marknadsplats” används även exempelvis av Hemnet som en benämning på bolagets webbplats. Hemnets webbplats är en mötesplats för bostadsintresserade där bostadsannonser från mäklare visas, men där ingen försäljning eller köp av bostäder sker.

### *Yrkande 3 –worst-case-ämnena*

SundaHus produktbedömningar utgör inte marknadsföring

En förutsättning för att marknadsföringslagen ska vara tillämplig på frågan om worst-case-ämnena är att SundaHus produktbedömningar som publiceras i SundaHus databas utgör marknadsföring i marknadsföringslagens mening.

SundaHus produktbedömningar utförs efter att ett företag har ingått avtal med SundaHus om utförande av produktbedömningar. Beställaren av tjänsten har således accepterat villkoren för bedömningen, samt att resultatet av bedömningen publiceras i SundaHus databas. Visualiseringen av resultatet av produktbedömningen utgörs av information och upplysningar om produkten, och hur denna står sig mot olika kravspecifikationer utifrån SundaHus bedömning av tillgänglig information om produkten. Det förekommer inga köp på SundaHus databas, utan den utgör ett verktyg för betalande användare att söka information om hur produkter har bedömts. Eventuella köp sker via andra kanaler, och SundaHus är inte på något sätt inblandat i dessa transaktioner. SundaHus produktbedömningar såsom de visas i SundaHus databas främjar därmed inte på något sätt en avsättning eller tillgång till SundaHus tjänster i sig.

Produktbedömningarna syftar till att informera om olika leverantörers produkter och berör inte SundaHus verksamhet eller tjänster. SundaHus är en oberoende aktör som saknar eget avsättningsfrämjande intresse i förhållande till visningen av produktbedömningen. Att leverantörer kan vilja använda resultatet av

produktbedömningar i sin marknadsföring, i syfte att främja avsättningen av deras produkter, innebär inte att SundaHus visualisering av produkterna och bedömningsresultaten utgör marknadsföring av dess verksamhet eller tjänster.

Produktbedömningarna utgör således inte marknadsföring enligt marknadsföringslagen. Det saknas en kommersiell prägel kopplad till avsättningen av SundaHus tjänster.

#### Användandet av worst-case-ämnen

När en leverantör beställer en bedömning av en produkt av SundaHus har leverantören en skyldighet att tillhandahålla SundaHus all relevant dokumentation av produkterna, exempelvis produktdatablad, säkerhetsdatablad och byggvarudeklarationer. Genom registreringen dokumenteras innehållet i produkterna i SundaHus system.

Ambitionen med deklarereringen av ingående ämnen är att presentera mängden hälso- och miljöfarliga ämnen som kan finnas i en produkt. SundaHus grundinställning är att alla ämnen som finns i en produkt ska redovisas, men erfarenheten är dock att så inte alltid sker. I vissa fall kan eller vill inte leverantören uppge fullständig information om innehållet i en produkt. Enligt reglerna för SundaHus bedömningsprocess efterfrågar alltid SundaHus kompletterande och specifik information om den lämnade informationen är bristfällig, och avtalsvillkoren medger att leverantörer kan tillhandahålla informationen under sekretess. Om leverantören trots detta inte uppger fullständig information för en produkt tillämpar SundaHus en metod för bedömning som bygger på ett så kallat worst-case-scenario, enligt regeln om worst-case-ämnen i villkoren för SundaHus bedömningsprocess. Vid bedömningen används då ett ämne som SundaHus vet ofta förekommer i produkter av samma typ. Skulle en leverantör uppfylla informationskravet för produkten i fråga behöver ett worst-case-ämne aldrig anges. Om en leverantör inkommer med information som visar att en produkt inte

innehåller ett visst worst-case-ämne så används inte det aktuella ämnet vid bedömningen.

I dessa fall publicerar SundaHus information om att viss ämnes- eller materialinformation saknas för produkten i fråga, och informerar även om att SundaHus vid bedömningen har ersatt det saknade ämnet med ett worst-case-ämne. Det informeras även om innebörden av worst-case-ämnena, där det bland annat uttryckligen anges att ämnet faktiskt inte finns i den aktuella produkten. Informationen återfinns tydligt i produktinformationen, och det påstås aldrig, eller förmedlas ett intryck av, att worst-case-ämnet förekommer i den aktuella produkten.

Syftet med worst-case-ämnena är att redovisa en så fullständig bedömning som möjligt för varje produkt. Grunden till metoden är en försiktighetsprincip för att säkerställa att en produkt inte får ett bättre betyg för att fullständig information inte har tillhandahållits. Utan denna försiktighetsprincip finns det risk att en produkt med ofullständig redovisning av innehåll, som visar sig innehålla miljö- eller hälsofarliga ämnen, får en bättre bedömning än om fullständig information hade lämnats. Det kan leda till bland annat missvisande bedömningar, att produkter som innehåller miljö- eller hälsofarliga ämnen väljs framför en annan mindre miljö- och hälsofarlig produkt och att SundaHus riskerar att gå i god för en produkt som innehåller miljö- eller hälsofarliga ämnen.

Det vidgås att det kan förekomma vissa mindre fel i SundaHus databas, vilket beror på administrativa misstag. Det är dock endast ett fåtal exempel på misstag, vilket inte ger en rättvisande bild av de över 50 000 produkter och 250 000 artiklar som finns i databasen. SundaHus korigerar även eventuella fel som uppmärksammas löpande. Felaktigheter, exempelvis avseende worst-case-ämnena, förmedlar oavsett inte intrycket av att en produkt innehåller ett ämne som den inte innehåller. Felaktigheterna kan inte heller läggas till grund för att marknadsföringspåståendena i yrkande 2.13–2.45 är otillbörliga eller vilseledande.

Utöver att produktbedömningarna i sig inte utgör marknadsföring, utgör inte heller den information som lämnas i samband med dessa, inklusive användandet av worst-case-ämnen, marknadsföring enligt marknadsföringslagen. Även om påståendet skulle anses utgöra marknadsföring är förfarandet inte otillbörligt.

#### *Yrkande 4 – oskäligen avtalsvillkor*

De avtalsvillkor som Sveff yrkar förbud mot är var för sig och i kombination inte oskäligen. Villkoren följer gällande principer för avtal på marknaden, och måste tolkas mot bakgrund av syftet med avtalet och avtalet i sin helhet. Sveff har inte heller visat på vilket sätt leverantörerna typiskt sett skulle inta en underlägsen ställning i förhållande till SundaHus när det gäller SundaHus allmänna villkor. Det finns objektiva och rimliga skäl för villkoren och det finns inte någon obalans mellan parterna i avtalet.

SundaHus har även, i samband med lanseringen av ProductStory i juni 2024, uppdaterat sina villkor, där vissa av de villkor som Sveff gör gällande som oskäligen förtydligats. Detta har dock inte skett på grund av att SundaHus är av uppfattningen att de tidigare villkoren är oskäligen.

#### *Yrkande 4.1*

Villkoret innebär inte att SundaHus får äganderätt till all information som kommer från leverantören.

Villkoret ger SundaHus en nyttjanderätt att använda bland annat produktdata från leverantörerna för att exponera leverantörernas produkter även utanför plattformen, till exempel genom att länka informationen från plattformen direkt till återförsäljares hemsidor. Det kan dock noteras att SundaHus i praktiken aldrig länkar information till produktinformationen som sådan utan enbart själva bedömningsbetyget, det vill säga ”Resultatet”. Detaljerad information om produktinnehåll delas aldrig med tredje part i

annat syfte än att publicera resultatet av SundaHus bedömningar. Leverantörer har dessutom rätt att begära att uppgifter sekretessbeläggs, vilket det aktuella villkoret måste ses i ljuset av. För tydlighets skull bör det noteras att SundaHus enligt villkoren förvärvar ensamrätt till ”Resultatet” (vilket enligt de allmänna villkoren definieras om ”resultatet av Tjänsten, inklusive men utan begränsning till bedömningen och klassificeringen av Produkten”) och en nyttjanderätt till leverantörens information (som ingår i definitionen av ”Produktdata” enligt de allmänna villkoren). En nyttjanderätt till de eventuella immateriella rättigheter som ingår i informationen som SundaHus kunder tillhandahåller till SundaHus är en förutsättning för den tjänst som kunden köper av SundaHus.

Villkoret kan inte tolkas som att det ger SundaHus en rätt att exempelvis sälja information till konkurrenter eller använda den för att tillverka och sälja egna produkter, och det finns inget stöd varken i avtalet eller av omständigheterna i övrigt för att SundaHus haft avsikt att använda informationen på sådant sätt. Vidare känner SundaHus inte till att de uppmärksamrats på att leverantörerna tolkar villkoret på detta sätt.

Avtalsvillkoret är inte oskäligt i sig eller sett i sitt sammanhang med övriga villkor i avtalet. Villkoret är en förutsättning för att SundaHus tjänst ska fungera som avsett och är dessutom till leverantörernas fördel.

#### Yrkande 4.2

Villkoret avser enbart samtliga rättigheter som uppstår genom SundaHus utförande av tjänsten. Att SundaHus innehar rättigheterna till resultatet av bolagets eget arbete är helt i linje med dispositiv rätt och utgör ett vanligt förekommande avtalsvillkor vid konsulttjänster.

Villkoret som ger SundaHus rätt till de immateriella rättigheterna som uppstår till följd av SundaHus utförande av tjänsten är enligt utgångspunkten i svensk rätt, och innebär inte på något sätt att SundaHus förvärvar äganderätt till leverantörernas immateriella rättigheter. Leverantörerna erhåller dessutom en kostnadsfri licens från SundaHus att nyttja ”Resultatet”, vilket utgör en förmån för leverantörerna som innebär att det inte kan anses föreligga obalans mellan parterna på grund av det aktuella villkoret. Avtalsvillkoret är inte oskäligt i sig eller sett i sitt sammanhang med övriga villkor i avtalet.

#### Yrkande 4.3

SundaHus bedömningskriterier baseras huvudsakligen på reglerna i Europaparlamentets och rådets förordning nr 1272/2008 av den 16 december 2008 om klassificering, märkning och förpackning av ämnen och blandningar, ändring och upphävande av direktiven 67/548/EEG och 1999/45/EG samt ändring av förordning (EG) nr 1907/2006 (CLP-förordningen) och Kemikalieinspektionens prioriteringsguide PRIO. Eftersom lagstiftningen och normerna på området ständigt förändras behöver SundaHus bedömningskriterier också utvecklas. Alla uppdateringar sker genom en omfattande och transparent kriterieprocess i enlighet med uppdateringar i underliggande externa regelverk. Det finns ingen anledning för SundaHus att göra godtyckliga ändringar i bedömningskriterierna och så har inte heller skett.

Avtalsvillkoret är en förutsättning för att kunna tillhandahålla en aktuell och relevant bedömningstjänst. Om villkoret inte skulle finnas skulle det innebära att SundaHus publicerar produkter som bedömts enligt inaktuella regler. SundaHus bedömningar sker i enlighet med de bedömningskriterier som är tillämpliga när beställningen läggs och finns publicerade på webbplatsen så att leverantörerna på ett enkelt sätt kan kontrollera dessa. Syftet med villkoret är att säkerställa att produkter blir och är korrekt bedömda enligt gällande regelverk. Liknande villkor förekommer för etablerade tjänster av näringsidkare som bedriver likartad verksamhet, bland annat Prisjakt och

Byggvarubedömningen. Vidare har SundaHus inte tillämpat villkoret på det sätt som Sveff påstår vore oskäligt, vilket får betydelse för bedömningen av vad avsikten med villkoret varit.

Avtalsvillkoret är inte oskäligt i sig eller sett i sitt sammanhang med övriga villkor i avtalet.

#### Yrkande 4.4

Av de allmänna villkoren följer att det är leverantören som åtar sig att tillhandahålla SundaHus ”Produktdata” och annat underlag som krävs för utförandet av tjänsten. Det är således naturligt att SundaHus, som inte är med och tar fram underlaget, inte kan ta ansvar för eventuella felaktigheter i underlaget som kan påverka bedömningen. Eftersom SundaHus bedömningskriterier bygger på lagstiftning och andra normer som uppdateras och ändras löpande kan SundaHus inte ta ansvar för att deras bedömningskriterier vid var tidpunkt fullt ut motsvarar gällande regler. SundaHus strävar alltid efter att ha uppdaterade bedömningskriterier. SundaHus löpande arbete samt omfattande och transparenta process för ändring av bedömningskriterierna, i vilken berörda parter kan delta, minskar risken för eventuella felaktigheter.

Skrivningar i avtal av innebörd att part ansvarar för information som part tillhandahåller är även en standardmässig reglering i de flesta kommersiella sammanhang. Villkor av förevarande slag är även vanligt förekommande för bedömnings- och jämförelsetjänster i andra branscher, där exempelvis bankjämförelsetjänsten Lendo, Byggvarubedömningen och BASTA har liknande villkor i sina allmänna villkor.

SundaHus friskriver sig inte från allt ansvar. I villkoren framgår att SundaHus är skyldig att korrigera felaktig eller bristfällig information utan oskäligt dröjsmål. SundaHus friskriver sig inte heller från grov vårdslöshet vid utförandet av tjänsten.

Det är nödvändigt för SundaHus att kunna förutse de ekonomiska riskerna vid tillhandahållandet av bedömningstjänsten, bland annat för att dessa på ett korrekt sätt ska kunna vägas in vid exempelvis prissättningen. Det kan här noteras att SundaHus bedömningstjänst, enligt de villkor som är relevanta i målet, tidigare endast kostat 2 500 kr. SundaHus har därmed fog för att begränsa bolagets ansvar i villkoren.

Avtalsvillkoret är inte oskäligt i sig eller sett i sitt sammanhang med övriga villkor i avtalet.

#### *Vitesbeloppet*

SundaHus är ett medelstort företag och hade en omsättning om ca 30 miljoner kr under 2022. Den påstådda otillbörliga marknadsföringen har inte skett avsiktligt. SundaHus har redan innan stämningsansökan ingavs påbörjat arbete med att säkerställa att all marknadsföring som sker är vederhäftig och följer marknadsföringsrättens regler.

När det gäller den kommunikation som skickats ut till kunder under 2023 medger SundaHus att informationen varit otydlig. Det har nu gått ut kompletterande och förtydligande information om SundaHus lansering av sin nya affärsmodell till kunderna. SundaHus har därmed visat att man har all avsikt att följa de regler som gäller på området och det saknas särskild anledning att anta att SundaHus inte kommer åtfölja eventuella förbud som meddelas. Vidare har den marknadsföring som Sveff invänt mot, utöver den som skickats ut till kunder 2023, enbart skett på SundaHus hemsida och inte varit av särskilt omfattande art.

Mot bakgrund av detta kan SundaHus vitsorda ett vitesbelopp med 500 000 kr som ett skäligt belopp i och för sig.

## UTVECKLING AV TALAN FÖR VISSA AV FRÅGORNA I MÅLET

### Sveff

*SundaHus, dess tjänster och marknadsplats är inte ledande*

De påståenden som omfattas av yrkande 2.13–2.45 utgörs till stor del av reservationslösa och felaktiga påståenden om SundaHus egen och dess ”marknadsplats” ställning på marknaden. Påståendena innebär att SundaHus, dess verksamhet och ”marknadsplats” skulle vara ”ledande aktör”, ”marknadens ledande system”, ”marknadens största system”, ”Sveriges största marknadsplats”, ”global” med mera.

Det finns tre bedömningssystem på marknaden, BASTA, Byggvarubedömningen och SundaHus. Såvitt Sveff känner till finns det ingen leverantör av byggmaterialprodukter som är av uppfattningen att SundaHus eller dess system skulle vara ledande eller störst. Mot bakgrund av SundaHus agerande med bland annat bluffakturor och hot om avregistreringar av leverantörers produkter framstår SundaHus närmast som en oseriös aktör i förhållande till övriga aktörer på marknaden. Till skillnad från SundaHus har till exempel BASTA ett vetenskapligt råd där Byggmaterialindustrierna samt andra aktörer på marknaden har full insyn och påverkan på kriteriernas utformning och där så mycket vetenskapliga fakta som möjligt diskuteras med ledamöterna som alla besitter specialkunskaper om byggprodukter och dess hälso- och miljöeffekter. BASTA baserar sina bedömningar så gott som uteslutande på EU:s klassificeringsregler, de genomför revisioner av sina kunder och registreringar och har en låg och fast kostnad oavsett antal produkter en leverantör har registrerade.

SundaHus system är en tämligen enkel skrivbordsprodukt där förekomsten av vissa ämnen i en produkt utgör bedömningsgrunden. Systemet bygger inte på produkternas faktiska inverkan på hälsa och miljö. Produkternas effektivitet och funktion beaktas inte och inte heller vilka volymer som krävs vid fackmannamässigt bruk. Om inte bland annat produkternas effektivitet, funktion och erforderlig volym beaktas kan inga

reella eller korrekta bedömningar om produkters hälso- och miljöeffekter göras. Att en produkt innehåller ett ämne som klassificerats på visst sätt innebär inte att den produkt där ämnet ingår skulle ha dessa egenskaper eller att produkten skulle ha negativa egenskaper från hälso- och miljösynpunkt i sig eller i förhållande till konkurrerande produkter. Detsamma gäller byggnader där produkten ingår.

*SundaHus verksamhet och tjänster medför inga fördelar från miljö- och hälsosynpunkt*

Påståendena som omfattas av yrkande 2.13–2.45 utgörs även till stor del av reservationslösa och felaktiga påståenden om SundaHus verksamhet och tjänster från miljö- och hälsosynpunkt. Påståendena innebär att SundaHus, dess verksamhet och ”marknadsplats” skulle vara eller medföra ”bättre miljö och hälsa”, ”hållbar utveckling inom bygg- och fastighetssektorn”, ”medvetna materialval, dvs att undvika produkter med farliga ämnen”, ”fasa ut farliga ämnen i en byggnads hela livscykel”, ”konsultbolag för en bättre inomhusmiljö” med mera. Detta är inte i linje med praxis och Internationella Handelskammarens (ICC) Regler för Reklam och Marknads-kommunikation (ICC:s Regler)

*Leverantörernas underlägsna ställning i förhållande till SundaHus*

En omständighet av särskild betydelse för bedömningen om ett avtalsvillkor är oskäligt är styrkeförhållandet mellan de olika avtalsparterna.

I praktiken är det omöjligt att vara leverantör till fastighetsägare, byggherrar och andra i byggbranschen utan att vara med i alla tre bedömningssystem på marknaden. SundaHus har en stark ställning på marknaden, särskilt inom offentlig sektor. Kommuner, regioner och dess bolag har som krav att leverantörernas produkter ska vara bedömda av SundaHus. Vidare anlitar kommunerna, regionerna och dess bolag SundaHus för att utföra bedömningar av deras byggnader och projekt rörande certifiering av dessa. Leverantörer av byggmaterialprodukter måste därmed vara med i SundaHus för att kunna komma i fråga som leverantör till dem.

Till följd av SundaHus starka ställning på marknaden generellt, och särskilt avseende den offentliga sektorn, måste leverantörer i praktiken vara med i SundaHus bedömningssystem. Detta innebär att leverantörerna har en underlägsen ställning i förhållande till SundaHus, och att SundaHus har en betydande ställning på marknaden som de också utnyttjar. Att SundaHus kan använda bluffakturor, godtyckligt ändra avtalsvillkor samt använda andra aggressiva affärsmetoder visar att de har en sådan stark ställning på marknaden att bolaget kan agera oberoende av sina kunder och konkurrenter.

### **SundaHus**

#### *SundaHus ställning på marknaden*

Det stämmer att många av SundaHus kunder på beställarsidan är kommunala och regionala bolag. Vidare används SundaHus bedömningssystem av exempelvis de flesta byggmaterialtillverkare, inklusive de största aktörerna. Det är därmed inte vilseledande att beteckna SundaHus som en ”ledande aktör” eller ”branschledare”, och Sveffs argumentation styrker detta.

#### *SundaHus bedömningssystem bygger på utomstående normer som reglerar vad som kan anses innebära miljö- och hälsoeffekter*

SundaHus tjänst möjliggör för användarna att välja produkter som bedömts utifrån kriterier som slår fast vad som ska räknas som till exempel hållbart. Dessa kriterier återfinns i lagstiftning, exempelvis Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2020/852 av den 18 juni 2020 om inrättande av en ram för att underlätta hållbara investeringar och om ändring av förordning (EU) 2019/2088 (taxonomiförordningen), som utgör en ramreglering för att avgöra vilka verksamheter som ska anses vara miljömässigt hållbara. Produkter som bedöms och uppfyller kraven enligt EU:s taxonomi kan alltså givetvis benämnas som hållbara. Hållbarhet återfinns även i

kraven i PRIO, Miljöbyggnad och Svanen. Från sammanhanget är det tydligt att det är de val som aktörer inom bygg- och fastighetssektorn gör, med användning av SundaHus system och bedömningar, som kan leda till en mer hållbar utveckling.

Sweden Green Building Council beskriver sin miljöcertifiering Miljöbyggnad som bland annat "Genom noggrann kontroll av huset med sexton olika indikatorer för energianvändning, inomhusmiljö och material säkerställer Miljöbyggnad att byggnaden du vistas i är bra för dig och miljön". På Svanens hemsida anges att "Syftet med miljömärkning är att hjälpa konsumenter att göra bra val för miljön" och "...eftersom våra krav har en positiv påverkan för exempelvis biologisk mångfald, rent vatten, giftfri miljö". Produkter som uppfyller kraven för Miljöbyggnad och Svanen kan alltså benämnas som exempelvis miljömedvetna eller miljöbedömda. Kemikalieinspektionens PRIO-verktyg, som utgör underlag till SundaHus bedömningskriterier, beskrivs som "ett verktyg som hjälper dig att hitta och byta ut farliga ämnen i dina varor eller kemiska produkter. Genom att välja bort farliga ämnen mår du om dina medarbetare, dina kunder och miljön. Det gör också att dina produkter kan återvinnas och användas på nytt vilket främjar en giftfri cirkulär ekonomi". Produkter som klarar SundaHus bedömningskriterier, som baseras på PRIO, kan alltså karaktäriseras som exempelvis miljömedvetna eller miljöbedömda.

Den lagstiftning och de riktlinjer som ligger till grund för SundaHus bedömningskriterier tar förutom miljöaspekter även sikte på hälsoaspekter. Det gäller exempelvis CLP-förordningen, PRIO, Miljöbyggnad och Svanen. SundaHus bedömningar av produkterna möjliggör således val som tar hänsyn till hälsoaspekter.

De begrepp som förekommer på SundaHus hemsida härrör alltså från den lagstiftning och andra normer som SundaHus använder som underlag för bedömningar av produkter. SundaHus system möjliggör val av produkter som bygger på dessa vedertagna normer och de produkter som uppfyller normerna kan således beskrivas som exempelvis hållbara, miljömedvetna eller miljöbedömda. SundaHus information

om att deras system kan användas av beställare för att göra hållbara, miljömedvetna eller miljöbedömda val är varken otillbörlig eller vilseledande enligt marknadsföringslagen.

SundaHus tjänst möjliggör även att användarna kan söka efter produkter utifrån olika kravställningar, utöver SundaHus eget kvalifikationssystem. Användarna får detaljerad information om hur produkterna i fråga står sig i förhållande till de valda kraven, och användarna har tillgång till ett omfattande beslutsunderlag när de ska välja produkter. Deras val är således informerade och därmed medvetna.

*SundaHus intar inte en överlägsen position i förhållande till leverantörerna*

På marknaden för bedömningssystem finns det förutom SundaHus även bland annat Byggvarubedömningen och BASTA. Byggvarubedömningens tjänst liknar den som SundaHus erbjuder, det vill säga att en oberoende part granskar de produkter som leverantörerna väljer att registrera i det bolagets system.

BASTA:s tjänst skiljer sig från SundaHus och Byggvarubedömningen genom att BASTA inte utför granskning av produkter som leverantörerna vill registrera i systemet. Det är i stället leverantörerna själva som bedömer om de produkter som ska registreras uppfyller systemets kriterier, och det underlag som företagen använder sig av för att bedöma produkterna behålls av företagen själva och visas inte i BASTA. BASTA utför dock en form av stickprovskontroll av produkterna, men det motsvarar inte den fullständiga bedömningen av produkter som SundaHus system bygger på. BASTA tillhandahåller inte heller möjligheten att genomföra klimatdeklarationer enligt Boverkets krav.

BASTA hävdar att de har ca 180 000 artiklar i sitt system, och SundaHus system innehåller ca 257 000 bedömda artiklar. SundaHus system omfattar alltså väsentligen fler artiklar än BASTA:s system. Samtliga dessa artiklar har också genomgått

bedömningar i enlighet med SundaHus oberoende system under ledning av universitetsutbildade kemister. Att SundaHus system utgår från oberoende bedömningar och att produkternas dokumentation är tillgänglig för användarna är aspekter som SundaHus användare på beställarsidan anger som fördelar och skäl till att de vill använda SundaHus system. Det är dock frivilligt för leverantörer av byggnadsmaterial att använda sig av de olika bedömningssystemen.

Det stämmer att många byggföretag och andra aktörer, en del inom offentlig sektor, förlitar sig på SundaHus bedömningar. Det är dock helt frivilligt att ingå avtal med SundaHus, och att vara kund till SundaHus är inte en förutsättning för leverantörer att leverera byggmaterialprodukter (det finns även andra aktörer på marknaden som tillhandahåller liknande tjänster). Det innebär inte heller att SundaHus har en överlägsen ställning i relation till leverantörerna. De flesta leverantörer som använder SundaHus system är betydligt större företag än SundaHus och kan inte anses vara en underlägsen avtalspart i sammanhanget. SundaHus noterar exempelvis att av Sveffs medlemsföretag hade majoriteten 2022 en omsättning över 100 miljoner kronor. SundaHus hade 2022 en omsättning om ca 30 miljoner kronor.

## **UTREDNINGEN**

På Sveffs begäran har vittnesförhör hållits med Henrik Jansson, handläggare på Sveff, Jenny Svärd, verkställande direktör på Byggmaterialindustrierna, Anders Larsson, miljöchef på Sika Sverige AB, Camilla Eliasson, Labbchef på Hagmans Nordic AB, Johan Arvidsson, affärsutvecklingschef på Tremco CPG Sweden AB, Camilla Eriksson, arbetar med produktsäkerhet på Bostik Aktiebolag och Matilda Isaksson, hållbarhetschef för Lindab-koncernen. Vidare har på Sveffs begäran sakkunnigförhör hållits med Pär Svahnberg, konsult på Toxintelligence AB samt säkerhetsrådgivare för transport och farligt gods på Sveff.

Sveff har som skriftlig bevisning bland annat åberopat fakturor och fakturapåminnelser, utdrag från SundaHus hemsida, databas och bedömningskriterier, SundaHus allmänna villkor för miljöbedömning 2016, SundaHus allmänna villkor för ProductStory, e-postkorrespondens mellan SundaHus och leverantörer, SundaHus PowerPoint-presentation från 2024 av ny prenumerationsmodell, utdrag från CL Inventory och Kemikalieinspektionens PRIO-guide, BASTA:s och Byggvarubedömningens allmänna villkor, nyhetsartiklar och pressmeddelanden samt sakkunnigutlåtande från Pär Svahnberg.

På SundaHus begäran har vittnesförhör hållits med Filip Christensson, miljöingenjör på WSP Sverige AB och Jan Boström, teknisk chef på SundaHus. Vidare har på SundaHus begäran sakkunnigförhör hållits med Amanda Tevell, verkställande direktör på Hifab Advisory AB och vice koncernchef för Hifab Group samt Christina Rudén, professor i regulatorisk toxikologi och ekotoxikologi vid Institutionen för miljövetenskap på Stockholms universitet.

SundaHus har som skriftlig bevisning åberopat bland annat utdrag från Sweden Green Building Councils, SundaHus, Kemikalieinspektionens och Svanens webbplatser, pressmeddelanden från SundaHus, Sveff och Business Sweden, SundaHus Miljödata Bedömningskriterier, SundaHus process för utveckling av bedömningskriterier, SundaHus allmänna villkor för miljöbedömning 2016, remissvar från Sveff till Miljö- och Energidepartementet (2016-03-30), beslut dnr 61/2020 från Konkurrensverket, SundaHus kundundersökning, ECHA:s rapport om överensstämmelse för säkerhetsdatablad (ECHA REF-11), utdrag från Kemikalieinspektionens PRIO-guide, utdrag från SundaHus databas, korrespondens mellan SundaHus och leverantörer, säkerhetsdatablad för vissa produkter, SundaHus allmänna villkor för ProductStory, Prisjaks, Pricerunners och Byggvarubedömningens allmänna villkor samt sakkunnigutlåtanden från Amanda Tevell och Christina Rudén.

## **DOMSKÄL**

### **Inledning**

Målet rör ett flertal åtgärder som SundaHus företagit under framför allt hösten 2023 till och med våren 2024. Några få åtgärder hänför sig till hösten 2022 och till våren 2023. Det handlar om fakturor, informationsbrev bilagda vissa av fakturorna, påminnelsefakturor och andra meddelanden som SundaHus har skickat till sina kunder samt påståenden som SundaHus har gjort däri. Vidare handlar det om andra påståenden eller framställningar, som SundaHus har använt på sin webbplats, i mejl-korrespondens med kunder och på kundmöten.

Målet rör också SundaHus produktbedömningar av byggvaror inom ramen för sin tillhandahållna tjänst. Slutligen rör målet om fyra avtalsvillkor i 2016 års allmänna villkor för miljöbedömning är oskäligen enligt lagen (1984:292) om avtalsvillkor mellan näringsidkare (AVLN).

I målet är ostridigt att de påtalade åtgärderna har skett. Det är också ostridigt mellan parterna att 2016 års allmänna villkor för miljöbedömning, tillämpades mellan SundaHus och de leverantörer som valde att få sina produkter bedömda utifrån SundaHus bedömningskriterier och registrerade på SundaHus plattform, däribland Sveffs medlemmar, vid tidpunkten för de påtalade åtgärderna. 2016 års allmänna villkor för miljöbedömning framgår av domsbilaga 8.

Patent- och marknadsdomstolen inleder med att pröva de påtalade åtgärderna och produktbedömningarna. För ett antal av de påtalade åtgärderna har SundaHus inväntat att de inte utgör marknadsföring. Domstolen prövar i de fallen först om åtgärderna utgör marknadsföring. Om domstolen kommer fram till att så är fallet, prövar domstolen om marknadsföringen är otillbörlig. Om den anses vara det, tar domstolen ställning till om det föreligger förutsättningar att meddela vitesförbud och hur dessa

förbud i sådana fall ska vara utformade. Domstolen avslutar med att pröva avtalsvillkoren (yrkande 4).

### **Rättsliga utgångspunkter såvitt avser yrkande 1–3**

Marknadsföringslagen syftar enligt 1 § till att främja konsumenternas och näringslivets intressen i samband med marknadsföring av produkter, och att motverka marknadsföring som är otillbörlig mot konsumenter och näringsidkare. Av 2 § framgår att lagen är tillämplig bland annat då näringsidkare marknadsför produkter i sin näringsverksamhet. Marknadsföringslagen genomför Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenter på den inre marknaden (direktivet). Lagens bestämmelser ska på sedvanligt sätt tolkas direktivkonformt.

I 3 § marknadsföringslagen definieras vissa begrepp, bland annat näringsidkare, marknadsföring, produkter och affärsbeslut. Bestämmelsen genomför artikel 2 i direktivet. Med näringsidkare avses en fysisk eller juridisk person som handlar för ändamål som har samband med den egna näringsverksamheten (jfr artikel 2 b i direktivet). Med marknadsföring avses reklam och andra åtgärder i näringsverksamhet som är ägnade att främja avsättningen av och tillgången till produkter, inbegripet en näringsidkares handlande, underlåtenhet eller någon annan åtgärd eller beteende i övrigt före, under eller efter försäljning eller leverans av produkter till konsumenter eller näringsidkare (jfr artikel 2 d i direktivet). Med affärsbeslut avses ett beslut som fattas av en konsument eller en näringsidkare bland annat om huruvida, hur och under vilka förutsättningar en produkt ska köpas, eller om en avtalsenlig rättighet i samband med produkten ska utnyttjas, oavsett om konsumenten eller näringsidkaren beslutar att handla eller att avstå från att handla (jfr artikel 2 k i direktivet). Med produkter avses bland annat varor och tjänster (jfr artikel 2 c i direktivet).

För att en åtgärd ska omfattas av marknadsföringsbegreppet ska den vara av rent kommersiell karaktär. Det innebär att åtgärden ska syfta till att främja avsättningen av varor eller tjänster och ha kommersiella förhållanden till föremål, det vill säga avse en näringsidkares affärsverksamhet eller där tillhandahållna varor och tjänster. Åtgärden ska följaktligen ha lämnat i kommersiell verksamhet och med kommersiellt syfte och ha rent kommersiella förhållanden till föremål. (Se prop. 1970:57 s. 64 ff., NJA 1975 s. 589, NJA 1977 s. 751, NJA 2003 s. 25 samt Patent- och marknadsöverdomstolens dom den 18 juni 2021 i mål nr PMT 2479-20.)

Marknadsföringslagen och direktivet innehåller bestämmelser om förbud mot marknadsföring som strider mot god marknadsföringssed, är vilseledande och aggressiv. Enligt 5 § marknadsföringslagen ska marknadsföring stämma överens med god marknadsföringssed. Enligt 7 § får en näringsidkare inte använda sig av aggressiv marknadsföring. Marknadsföring är att anse som aggressiv om den innefattar trakasserier, tvång, fysiskt våld, hot, eller annat aggressivt påtryckningsmedel. Enligt 10 § första stycket marknadsföringslagen får en näringsidkare vid marknadsföring inte använda sig av felaktiga påståenden eller andra framställningar som är vilseledande i fråga om näringsidkarens egen eller någon annans näringsverksamhet. Av bestämmelsens andra stycke framgår att detta särskilt gäller framställningar som rör exempelvis produktens förekomst, art, mängd, kvalitet och andra utmärkande egenskaper (punkt 1), produktens ursprung, användning och risker såsom inverkan på hälsa och miljö (punkt 2) samt näringsidkarens egna eller andra näringsidkares kvalifikationer och ställning på marknaden (punkt 5). Av 6 § och 7 § tredje stycket marknadsföringslagen följer att marknadsföring som strider mot god marknadsföringssed enligt 5 §, eller är aggressiv enligt 7 §, är att anse som otillbörlig om den i märkbar mån påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut. Av 8 § marknadsföringslagen följer att marknadsföring som är vilseledande enligt bland annat 10 § är att anse som otillbörlig om den påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut. 5 §,

7 § tredje stycket och 8 § ger uttryck för vad som enligt praxis brukar betecknas som transaktionstestet.

Bilaga 1 till direktivet, den så kallade svarta listan, gäller som svensk lag enligt 4 § marknadsföringslagen. Svarta listan innehåller ett antal vilseledande (punkt 1–23) och aggressiva (punkt 24–31) affärsmetoder som alltid är att anse som otillbörliga enligt 7 § fjärde stycket och 8 § andra stycket marknadsföringslagen. Av 4 § tredje stycket marknadsföringslagen följer att svarta listan ska tillämpas även om marknadsföringen riktas till näringsidkare.

Bland dessa svartlistade affärsmetoder återfinns följande i punkterna 21 och 29:

Vilseledande affärsmetoder

21) I marknadsföringsmaterialet inkludera en faktura eller liknande betalningshandling som ger konsumenten intryck av att han redan har beställt den marknadsförda produkten när så inte är fallet.

Aggressiva affärsmetoder

29) Kräva omedelbar eller uppskjuten betalning för eller återsändande eller förvaring av produkter som näringsidkaren tillhandahållit men som konsumenten inte beställt (leverans utan föregående beställning) utom om produkten är en sådan ersättning som tillhandahållits i överensstämmelse med artikel 7.3 i direktiv 97/7/EG.

Patent- och marknadsdomstolen får med stöd av 23 § första stycket marknadsföringslagen förbjuda en näringsidkare, vars marknadsföring bedöms vara otillbörlig, att fortsätta med marknadsföringen eller med någon annan liknande åtgärd. Ett förbud ska enligt 26 § marknadsföringslagen förenas med vite, om det inte av särskilda skäl är obehövligt.

Innan vederhäftigheten i ett påstående eller framställning kan bedömas måste dess innebörd fastställas. En utgångspunkt är att marknadsföringen ska bedömas mot

bakgrund av hur den är ägnad att uppfattas av en genomsnittlig mottagare i den målgrupp till vilken marknadsföringen riktar sig och vilken den kan nå. Det är den som ansvarar för en marknadsföringsåtgärd som har bevisbördan för att gjorda marknadsföringspåståenden är riktiga, den så kallade omvända bevisbördan. Om den som ansvarar för marknadsföringen inte fullgör sin bevisskyldighet anses påståendena eller framställningarna i fråga vara ovederhäftiga. (Se prop. 1994/95:123 s. 153 och Patent- och marknadsöverdomstolens dom den 25 mars 2022 i mål nr PMT 13193-20 med där angiven praxis.)

Det är käranden som har bevisbördan för att den påtalade marknadsföringen har förekommit.

När det gäller marknadsföring med miljöargument ställs höga krav på marknadsföringens vederhäftighet. I praxis har framhållits att miljöargument har ett betydande kommersiellt värde men att det samtidigt ofta torde vara svårt för konsumenterna att kritiskt värdera och bedöma rimligheten i påståenden om produkters miljöfördelar. (Se MD 2010:9 och Patent- och marknadsöverdomstolens dom den 25 mars 2022 i mål nr PMT 13193-20 med där angiven praxis.)

Vid tidpunkten för den i målet aktuella marknadsföringen – hösten 2023 och våren 2024 – gällde ICC:s Regler från 2018 (2024 års version publicerades på svenska i november 2024). I kapitel D finns ett särskilt avsnitt om användningen av miljöpåståenden i marknadsföring.

### **Den genomsnittlige mottagaren i målgruppen (avser yrkande 1–3)**

De påtalade åtgärderna har skett på olika redan beskrivna och ostridiga sätt. Parterna är överens om att åtgärderna har riktat sig mot två målgrupper. Den ena är aktörer på projektkundsiden, exempelvis fastighetsägare, byggherrar, projektledare, och arkitekter. Den andra är leverantörer av byggmaterial. Domstolen delar denna bedömning.

Enligt Patent- och marknadsdomstolen är det tydligt att fakturorna, informationsbrevet bilagda vissa av fakturorna, påminnelsefakturorna och mejlen som skickats i samband med dessa fakturor, är riktade till SundaHus befintliga kunder på leverantörssidan (åtgärder enligt yrkande 1.1–1.2 samt påståendena enligt yrkande 2.1–2.20). Även åtgärderna enligt yrkande 1.3 är riktade till dessa kunder. När det gäller påståendena enligt yrkande 2.21–2.45, som förekommit på SundaHus webbplats samt, för uttrycken enligt yrkande 2.41, 2.42 och 2.45, som förekommit på flera sätt, som förklaras nedan under rubrikerna för varje yrkande, riktas dessa påståenden till båda målgrupperna. När det gäller yrkande 3 hänvisar domstolen till bedömningen av yrkandet nedan.

Av utredningen har framgått att inte någon av aktörerna inom målgrupperna typiskt sätt är kemister och saknar således sådana kunskaper. Domstolen bedömer att leverantörer av byggmaterial besitter en förhållandevis hög kunskap om lagkrav på området samt hur produktbedömningar övergripande går till enligt det system de använder för produktbedömningar av byggmaterialprodukter, inklusive SundaHus system. Detta är också visat genom utredningen, exempelvis genom förhören med Henrik Jansson, Jenny Svärd, Anders Larsson, Camilla Eriksson, och Matilda Isaksson. Vidare bedömer domstolen att aktörer på projektkundsiden har olika kunskap om lagkrav och produktbedömningar, där projektledare och miljökonsulter typiskt sätt har mer kunskap än exempelvis den enskilda entreprenören och att det ofta finns ett nära samarbete och en löpande dialog mellan aktörerna för att hantera de olika kunskapsnivåerna rörande exempelvis produktbedömningar och produktval. Detta har Amanda Tevell och Filip Christensson i förhör berättat om.

### **Uttrycken ”marknadsplats” och ”marketplace” i de påtalade åtgärderna**

Fråga har i målet uppkommit hur den genomsnittlige mottagaren har uppfattat uttrycken marknadsplats och marketplace när de använts inom ramen för de påtalade åtgärderna (yrkande 1–2). Av åberopat utdrag från Svenska Akademiens Ordlista

framgår att marknadsplats betyder, såvitt nu är av intresse, en öppen plats eller ort där marknad hålles eller affärer med en viss vara bedrivs i stor skala samt en plats för viss företeelse, samlingsplats eller centrum för något. Av åberopat utdrag från Cambridge Dictionary framgår att med marketplace avses “a set of trading conditions or the business environment” eller “a website designed for people to buy and sell things”. Redan med dessa betydelser anser domstolen att uttrycken marknadsplats och marketplace har en vidare betydelse än en plats där varor med nödvändighet faktiskt måste köpas och säljas. Med hänsyn till digitaliseringen av hela vårt samhälle, och i synnerhet hur köpare och säljare möts online, anser domstolen att det är allmänt vedertaget att en marknadsplats eller marketplace kan vara en plats där säljare och köpare möts, för att i ett senare skede bedriva affärer med varandra. Domstolen bedömer således att den genomsnittlige mottagaren av uttrycken, på det sätt de förekommit i de påtalade marknadsföringsåtgärderna, inte uppfattar dem i den begränsade betydelse som Sveff har gjort gällande. I övrigt hänvisas till hur uttrycken uppfattas i den kontext de använts för åtgärderna i bedömningarna nedan.

**Yrkande 1.1 och 1.2 samt 2.1–2.8 – Fakturorna och fakturapåminnelserna utgör otilbörlig marknadsföring**

Sveffs talan under yrkande 1.1–1.2 avser de påtalade fakturorna och fakturapåminnelserna, och under yrkande 2.1–2.8 påståenden som, såvitt utredningen visar, endast förekommer på fakturorna (se domsbilaga 1–4).

SundaHus har vidgått att bolaget har skickat de aktuella fakturorna, inklusive påminnelser, till kunder, utan att någon föregående beställning hade skett. Vidare har SundaHus medgett att informationen vid utskicket varit otydlig avseende att det varit frivilligt att acceptera erbjudandet, och att det inte kan uteslutas att vissa kunder därför fått uppfattningen att det förelegat betalningsskyldighet utan att en sådan förelåg. SundaHus har dock inte medgett ett förbud i enlighet med Sveffs yrkande 1.1 och 1.2, och inte heller förbud mot att använda de påståenden som omfattas av yrkande 2.1–2.8.

SundaHus har medgett förbud mot att använda delar av påståendena som omfattas av yrkande 2.1–2.2 (se nedan under yrkande 2).

Sveff har gjort gällande att utskicken av fakturorna och påminnelserna strider mot punkt 21 och 29 i svarta listan, samt att agerandet varit aggressivt och vilseledande enligt 7 och 10 §§ marknadsföringslagen och därmed otillbörligt enligt 6 och 8 §§ marknadsföringslagen.

Med hänsyn till att de påtalade påståendena enligt yrkande 2.1–2.8 endast förekommer på fakturorna kommer Patent- och marknadsdomstolens prövning av dessa avse fakturornas och fakturapåminnelsernas överensstämmelse med marknadsföringslagen. När det gäller den andra delen av påståendena enligt yrkande 2.1 och 2.2, det vill säga ”SundaHus erbjuder [...] möjlighet att synas i Sveriges största marknadsplats av bedömda byggmaterialprodukter” (och motsvarande uttryck på engelska på de engelska fakturorna) finner domstolen dock skäl att pröva om påståendena även är vilseledande (se nedan under yrkande 2).

Punkterna 21 och 29 i svarta listan har ersatt bestämmelsen om så kallat fakturaskojeri och obeställda produkter i 12 § i 1995 års marknadsföringslag (se prop. 2007/08:115 s. 103 f.). Som framgått under rubriken ”Rättsliga utgångspunkter” är det alltid att anse som otillbörligt att i marknadsföringsmaterial inkludera en faktura eller liknande betalningshandling som ger mottagaren intryck av att denne beställt den marknadsförda produkten fastän så inte är fallet (punkten 21 i svarta listan). Vidare är det alltid att anse som otillbörligt att kräva betalning för produkter och tjänster som näringsidkaren har tillhandahållit men kunden inte har beställt (punkten 29 i svarta listan). En förutsättning för att ett agerande är oförenligt med punkten 29 i svarta listan är således att en produkt eller tjänst faktiskt har levererats (leverans utan föregående beställning).

En fråga i målet som är stridig, och som får betydelse för bedömningen om agerandet

är förenligt med punkten 29 i svarta listan, är huruvida den tjänst som fakturorna och fakturapåminnelserna avsett, det vill säga den av SundaHus benämnda ”Marknadsplatsen” faktiskt hade tillhandahållits kunderna eller inte. Sveff har i denna del påstått att ”Marknadsplatsen” först lanserades i juni 2024, men då under namnet ”ProductStory”, och SundaHus har påstått att ”Marknadsplatsen” lanserades under sommaren och hösten 2023 till utvalda kunder i ett pilotprojekt.

Av utredningen i målet har framgått att ingen av de kunder som fått fakturorna eller fakturapåminnelserna skickade till sig vid de aktuella tidpunkterna hade beställt tjänsten ”Marknadsplatsen”. Dessutom hade mottagaren av fakturorna och påminnelserna redan betalat för produktbedömningar och synlighet på plattformen enligt 2016 års allmänna villkor för miljöbedömning. Patent- och marknadsdomstolen konstaterar att de fakturor och fakturapåminnelser som skickats har haft typiska utseenden för fakturor och påminnelser och de ger därmed den genomsnittlige mottagaren det bestämda intrycket att betalningsskyldighet föreligger. Att fakturorna innehållit uttrycken ”Anmärkningar mot denna faktura ej gjorda inom 8 dagar beaktas ej” och ”Efter förfallodagen debiteras ränta med 8,5 %” (och motsvarande uttryck på engelska på de engelska fakturorna), samt det faktum att mottagarna sedan tidigare befann sig i avtalsförhållanden med SundaHus avseende produktbedömningar och synlighet på plattformen enligt 2016 års allmänna villkor för miljöbedömning, förstärker enligt domstolen detta intryck. Av utredningen har framgått att mottagarna inte befann sig i avtalsförhållanden avseende en tjänst benämnd ”Marknadsplatsen” men eftersom det är utrett att de betalat för produktbedömningar enligt nämnda allmänna villkor anser domstolen att även påståendena ”SundaHus erbjuder både bedömning av byggmaterialprodukter och möjlighet att synas i Sveriges största marknadsplats av bedömda byggmaterialprodukter” och ”Från och med Augusti 2023 kommer det utgå en prenumerationsavgift för att synas på vår marknadsplats” (och motsvarande uttryck på de engelska fakturorna) förstärker intrycket av betalningsskyldighet som fakturorna och påminnelserna ger. Att på sätt som skett skicka fakturor och fakturapåminnelser och därigenom ge intryck av att mottagaren är

betalningsansvarig, när så inte är fallet, är under alla förhållanden en vilseledande affärsmetod som omfattas av punkten 21 i svarta listan.

Av utredningen i målet är det dock inte visat att tjänsten ”Marknadsplatsen”, vid tidpunkten för när fakturorna och påminnelserna skickades ut, hade lanserats, och således levererats till berörda kunderna. Att vissa utvalda leverantörskunder genom ett pilotprojekt hade fått pröva en nylanserad marknadsplats, som SundaHus anför, förändrar inte den bedömningen. Mot denna bakgrund kan agerandet inte anses omfattas av punkten 29 i svarta listan.

Mot denna bakgrund utgör således marknadsföringen sådana vilseledande affärsmetoder som omfattas av punkten 21 i svarta listan, och är därmed att anse som otillbörlig enligt 8 § andra stycket marknadsföringslagen. Att kräva betalning för en tjänst som inte har beställts strider enligt domstolen också mot vedertagna normer inom marknadsföringsrätten, och därmed mot god marknadsföringssed. Vid sådana förhållanden strider åtgärderna även mot 5 § marknadsföringslagen, och är därför otillbörliga enligt 6 § marknadsföringslagen då de i märkbar mån sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut. Marknadsföringen är därmed också av detta skäl otillbörlig.

Eftersom Sveff har betonat att marknadsföringen är aggressiv finner domstolen att det finns skäl att pröva den frågan. Vid bedömningen av om marknadsföring är aggressiv ska en helhetsbedömning av situationen göras. Domstolen konstaterar att marknadsföringen inte innefattar trakasserier, tvång, fysiskt våld eller reella hot. Frågan är således om utskicket av fakturor och fakturapåminnelser, inklusive påståendena däri, i detta fall kan anses utgöra ett ”annat aggressivt påtryckningsmedel”. Med annat aggressivt påtryckningsmedel avses enligt förarbetena näringsidkarens utnyttjande av en maktställning eller att näringsidkaren utövar påtryckning, utan att tillgripa fysiskt våld eller hot om sådant, på ett sätt som avsevärt inskränker konsumentens eller näringsidkarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut. Vidare avses även

aktiviteter som är högfrekventa eller särskilt pådrivande, och de aggressiva åtgärder som finns uppräknade i punkterna 24–31 i svarta listan kan tjäna som viss vägledning (se prop. 2007/08:115 s. 81 och 146). Bestämmelsen i 7 a § marknadsföringslagen anger även omständigheter som särskilt ska beaktas vid bedömningen om marknadsföringen är aggressiv, exempelvis att näringsidkare uppger sig komma vidta åtgärder som inte lagligen kan genomföras.

Domstolen konstaterar härvid att SundaHus förvisso har förmedlat information i samband med fakturautskicken, samt i efterföljande korrespondens med kunder, att deras produkter kan komma att tas bort från SundaHus databas om fakturan inte betalas. Det har också framgått att det är av vikt för leverantörer att ha sina produkter i SundaHus databas. Även om utredningen har visat, bland annat genom förhören med Jenny Svärd, Camilla Eliasson och Camilla Eriksson, att mottagarna uppfattade agerandena som påträngande och oroväckande bedömer domstolen att agerandena inte utgör ett sådant annat aggressivt påtryckningsmedel som avses i 7 § marknadsföringslagen. Marknadsföringen är därmed inte att anse som aggressiv marknadsföring och är således inte otillbörlig enligt 7 § marknadsföringslagen.

Sammanfattningsvis har domstolen bedömt att marknadsföringen är otillbörlig enligt punkten 21 i svarta listan och 8 § andra stycket samt enligt 5 och 6 §§ marknadsföringslagen. Vid denna utgång saknas skäl att pröva om marknadsföringen enligt yrkande 1.1, 1.2 samt 2.3–2.8 också är vilseledande enligt 10 § marknadsföringslagen. Som redovisats finner dock domstolen skäl att pröva om den andra delen av påståendena enligt yrkande 2.1 och 2.2 är vilseledande (se nedan under yrkande 2). Marknadsföringen ska således förbjudas enligt 23 § marknadsföringslagen. Vitesförbuden ska formuleras på sätt som framgår av domslutet med koppling till de konkreta marknadsföringsåtgärderna.

**Yrkande 1.3 – Angivande av ett treårskrav för ombedömningar är otillbörligt**

Sveff har gjort gällande att SundaHus i marknadsföring angett eller krävt att leverantörerna ska göra ombedömningar av sina produkter vart tredje år trots att produkternas sammansättning inte har ändrats, eller tillämpa annan väsentligen liknande affärsmetod. Mot detta har SundaHus i huvudsak invänt att yrkandet saknar grund i en otillåten handling och att SundaHus måste ha rätt att sätta upp avtalsvillkor för sina bedömningar.

Som bevisning för förekomsten av den påtalade marknadsföringen enligt yrkandet har Sveff hänvisat till en powerpointpresentation som SundaHus först visat för relevanta personer hos sina kunder Bostik, Lindab och Sika, och sedan skickat till personerna på dessa bolag via mejl. Vidare har Sveff hänvisat till mejlkorrespondens mellan å ena sidan SundaHus och å andra sidan Lindab och Sika samt till en sammanställning av frågor och svar som paraplyorganisationen Byggmateriellindustrierna upprättade efter ett möte med SundaHus. Slutligen har Sveff åberopat muntlig bevisning.

Patent- och marknadsdomstolen bedömer att samtliga dessa åtgärder i sig, förutom Byggmateriellindustriernas sammanställning av frågor och svar, inte endast kan ses som avtalsförhandlingar, utan främst är ägnade att främja avsättningen av den nya prenumerationsmodell som SundaHus lanserade för sin plattform, och är av rent kommersiell karaktär. Åtgärderna utgör därför marknadsföring för SundaHus tjänst. Frågan är vad dessa marknadsföringsåtgärder förmedlar för intryck till den genomsnittlige mottagaren av dem.

Utredningen i målet visar att flera av SundaHus kunder uppfattade SundaHus kommunikation om den nya prenumerationsmodellen under den i målet relevanta tidsperioden som mycket otydlig. Av bevisningen framgår att SundaHus förmedlat olika uppgifter till sina kunder om när prenumerationsmodellen skulle lanseras, om det var fråga om lansering av en ny plattform och vilka allmänna villkor som skulle gälla för prenumerationsmodellen, vilket skapat stor förvirring bland kunderna och ibland,

oro (se ovan). Detta har flera förhörspersoner vittnat om. Otydligheten i kommunikationen gällde även frågan om omdömningar av produkter skulle ske var tredje år. Av förhören med Anders Larsson på Sika och med Camilla Eriksson på Bostik framgår att Sika och Bostik uppfattade nämnd powerpointpresentation samt de efterföljande mejlen, som ett angivande om att leverantörerna skulle göra omdömningar av sina produkter vart tredje år, och detta alldeles oavsett vilka allmänna villkor som gällde mellan bolagen och SundaHus just då. När det gäller Sika hade bolaget redan tidigare fått den uppfattningen. Av de åberopade mejlen mellan SundaHus och Sika framgår att SundaHus den 24 oktober 2022 skrev "SundaHus kommer från och med våren 2023 att börja indikera om bedömningar är mer än tre år gamla. Vi gör detta för att ytterligare kvalitetssäkra vår databas eftersom bra bedömningar är en färskvara. Våra bedömningar behöver hänga med i lagändringar, kriterieändringar och förändrat kunskapsläge. Bedömningarna kommer fortfarande att finnas kvar i databasen efter tre år, men de kommer att markeras för att varna för att de är äldre än tre år och kanske inte längre är aktuella. Eftersom ni är en viktig kund för oss så vill vi ge er lite extra tid att förbereda er. Ni har just 622 produkter med bedömningar som är äldre än tre år. Bifogat är en lista med dessa produkter. Vi erbjuder 35 % rabatt på de första 100 omdömningarna ni beställer innan mars 2023" och senare, den 18 januari 2023, "Vi kommer med litet mer information om bedömningar som är äldre än 3 år. Vi har nu tagit beslut om att det blir bäst att lansera en märkning av de bedömningar som är äldre än 3 år, omkring den 1/6. Jag har nu försäkrat mig om att om ni kommer med 100 beställningar med rabatterat pris under februari och mars så kommer vi att leverera detta.". Efter mejlen beställde Sika 100 omdömningar av sina produkter.

Enligt domstolen är det däremot inte visat att Lindab uppfattade powerpointpresentationen och de efterföljande mejlen som just ett angivande om att leverantörerna skulle göra omdömningar av sina produkter vart tredje år. Matilda Isaksson på Lindab har berättat om att Lindab efter de aktuella åtgärderna inledde ett arbete med att förstå och förhandla med SundaHus om den nya prenumerations-

modellen vilket under hösten 2024 slutade med att Lindab sa upp sitt tidigare avtal med SundaHus.

Oavsett Lindabs uppfattning bedömer domstolen att det är uppenbart att förevisandet av powerpointpresentationen, mejlen som skickades till kunderna därefter, samt mejlkorrespondensen mellan å ena sidan SundaHus och å andra sidan Lindab och Sika, varit ägnade att uppfattas som ett angivande om att leverantörerna skulle göra omdömmingar av sina produkter vart tredje år, och att detta skulle göras oaktat om nya allmänna villkor skulle börja gälla eller inte. Domstolen finner dock inte att denna uppfattning också inkluderade den andra delen av yrkandet, det vill säga ”trots att produkternas sammansättning inte ändrats”. Utredningen i målet visar att 2016 års allmänna villkor för miljöbedömning, som ostridigt gällde mellan SundaHus och bolagets kunder, Sveffs medlemmar, vid tidpunkten för de aktuella marknadsföringsåtgärderna, inte innehöll ett sådant treårskrav. Marknadsföringsåtgärderna är således ovederhäftiga och vilseledande och eftersom de påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut är de otillbörliga enligt 8 och 10 §§ marknadsföringslagen. Vilseledandet har enligt domstolen förstärkts av den inledningsvis beskrivna allmänna otydliga kommunikationen från SundaHus till sina kunder inbegripet utsändandet av fakturorna och påminnelsefakturorna enligt yrkande 1.1 och 1.2.

När det gäller domstolens bedömning att Byggmaterialindustriernas sammanställning inte utgör marknadsföring har domstolen beaktat att sammanställningen är skriven av Byggmaterialindustrierna efter möte och kommunikation med SundaHus dåvarande vd. Jenny Svärd har i förhör berättat om att sammanställningen är gjord utifrån hur Byggmaterialindustrin uppfattade samtalen med vd:n. Sammanställningen utgör alltså inte åtgärder som SundaHus har vidtagit i sin näringsverksamhet för att främja avsättningen av sin tjänst.

Vid denna bedömning saknas det skäl att pröva om marknadsföringsåtgärderna på något annat sätt strider mot marknadsföringslagen. Förbudet bör därför få den utformning som framgår av domslutet. Vitesförbudet ska sättas i relation till de marknadsföringsåtgärder som domstolen funnit otillbörliga. Det är naturligtvis inte förbjudet att i sedvanliga avtalsförhandlingar förhandla om villkoren.

### **Yrkande 3 – Produktbedömningarna utgör inte marknadsföring**

Domstolen prövar Sveffs yrkande 3 före de påtalade påståendena enligt yrkande 2. Detta eftersom Sveff har anfört att bedömningen av yrkande 3 kan påverka vederhäftigheten av samtliga påståenden i yrkande 2.

Med yrkande 3 vill Sveff ha ett vitesförbud för SundaHus att vid tjänster och system rörande bedömningar av byggmaterialprodukter, byggnader och materialval, ange eller förmedla intrycket av att produkter innehåller ämnen som produkterna inte innehåller. Sveff har gjort gällande att SundaHus vid sina bedömningar av produkter tillskriver dem farliga ämnen som produkterna inte innehåller, och kallar dem worst-case-ämnen. Detta får enligt Sveff till följd att en produkt får en felaktig klassificering eller att en produkt som tillskrivits ett worst-case-ämne får en tumme ned i SundaHus databas vilket i sin tur medför att en beställare väljer en annan produkt. Databasen blir på detta sätt felaktig enligt Sveff. Eftersom produktbedömningarna är det som SundaHus säljer, de är grundbulten i SundaHus verksamhet, utgör de enligt Sveff marknadsföring.

SundaHus har invänt att produktbedömningarna, inklusive användningen av worst-case-ämnen, inte är marknadsföring. Domstolen inleder därför med bedömningen av om yrkande 3 avser marknadsföring enligt betydelsen härav i 3 § marknadsföringslagen och artikel 2 d i direktivet (se ovan under rubriken ”Rättsliga utgångspunkter”).

Som grund för sin inställning har SundaHus gjort gällande att produktbedömningarna och användningen av worst-case-ämnen har utförts av SundaHus efter att ett företag

har ingått avtal med SundaHus om utförande av en produktbedömning i enlighet med SundaHus villkor och bedömningskriterier. Beställaren har därför, enligt SundaHus, accepterat villkoren för bedömningen, inklusive användningen av worst-case-ämnen, samt accepterat att resultatet av bedömningen publiceras i SundaHus databas. SundaHus får ingen ersättning för att en viss produkt blir vald av en projektkund. Produktbedömningarna, såsom de visas i SundaHus databas, främjar inte avsättningen eller tillgången till SundaHus tjänster i sig.

Som framgått under rubriken ”Rättsliga utgångspunkter” är marknadsföringsbegreppet synnerligen brett. EU-domstolen har uttalat att för att en åtgärd ska anses som en affärsmetod i den mening som avses i artiklarna 2 d och 3.1 i direktivet, och därmed kunna omfattas av direktivets tillämpningsområde, måste den stå i direkt relation till marknadsföring, försäljning eller leverans av en produkt till en konsument (se EU-domstolens dom av den 5 december 2024, Guldbrev, C-379/23, EU:C:2024:1002, punkterna 29 och 31 med där angiven praxis). EU-domstolen har vidare slagit fast att det finns en skillnad mellan näringsidkarens affärsmetoder som har en direkt relation till marknadsföring, försäljning och leverans av en produkt till en konsument, och därmed omfattas av direktivet, och bestämmelser som dessa metoder hänvisar till och som avser själva produkten, och som därför faller utanför direktivets tillämpningsområde (se EU-domstolens dom av den 4 juli 2019, Kirschstein, C-393/17, punkterna 44 och 45 och Kommissionens tillkännagivande, Vägledning om tolkningen och tillämpningen av Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenter på den inre marknaden, EUT 29.12.2021 C 526/01, avsnitt 2.3).

Det är ostridigt mellan parterna att SundaHus produktbedömningar, inklusive användningen av worst-case-ämnen, utförs av SundaHus efter att företag, inklusive Sveffs medlemmar, har ingått avtal med SundaHus om detta. Såvitt framkommit av utredningen utgör 2016 års allmänna villkor för miljöbedömning en integrerad del av ett sådant avtal. Av 2016 års allmänna villkor för miljöbedömning, punkten 1, andra

stycket, "Tillämplighet" stadgas "Dessa allmänna villkor tillämpas när SundaHus utför miljöbedömningar av produkter ("Tjänsten") på uppdrag av Kunden, och utgör en integrerad del av Avtalet. Hänvisningar till Avtalet innefattar även dessa allmänna villkor". I punkten 2 i 2016 års allmänna villkor för miljöbedömning "Definitioner" stadgas att "Produkt avser produkt som Tjänsten omfattar" samt att "Resultatet avser resultatet av Tjänsten, inklusive men utan begränsning till bedömningen och klassificeringen av Produkten". Enligt punkten 3.2 i 2016 års allmänna villkor för miljöbedömning utförs SundaHus Tjänst i enlighet med de vid var tid gällande bedömningskriterierna. I bedömningskriterierna framgår hur SundaHus använder worst-case-ämnen. I punkten 4.1 i 2016 års allmänna villkor för miljöbedömning stadgas vidare att "När Tjänsten är utförd ska SundaHus publicera Resultatet och relevant Produktdata via Plattformen".

Av utredningen får det anses klarlagt att det inte förekommer någon försäljning av SundaHus tjänster vid produktbedömningarna, såsom de visas på SundaHus plattform, och att SundaHus inte erhåller någon ersättning för förevisade byggprodukter som köps av projektkunder.

Mot denna bakgrund är det enligt domstolen tydligt att det Sveffs yrkande 3 riktar sig mot är innehållet i den tjänst som SundaHus säljer, produktbedömningarna, det vill säga tjänsten i sig, och inte mot marknadsföringen av denna tjänst. Denna slutsats stöds också av utredningen i övrigt. Bland annat har förhörspersoner, däribland Henrik Jansson och Anders Larsson, berättat om Sveffs medlemmars och Sikas synpunkter på att deras produkter blivit tillskrivna ämnen de inte innehåller, det vill säga SundaHus användning av worst-case-ämnen. De har också haft synpunkter på presentationen av worst-case-ämnen på plattformen och på hur SundaHus bedömningskriterier, enligt förhörspersonerna, går långt utöver vad lagstiftningen kräver. Domstolen bedömer således att de av Sveff påtalade produktbedömningarna, inklusive användningen av worst-case-ämnen, och presentationen av bedömningarna på plattformen, det vill säga SundaHus tjänst i sig, inte utgör sådana åtgärder eller metoder som innebär att det är

fråga om marknadsföring eller affärsmetoder i den mening som avses i marknadsföringslagen och i direktivet. Det har heller inte påståtts, och det har inte framkommit att SundaHus tjänst på något sätt skulle vara olaglig. Marknadsföringslagen är därför inte tillämplig och Sveffs yrkande 3 ska därmed ogillas.

De synpunkter som Sveff har mot SundaHus produktbedömningar, inklusive användningen av worst-case-ämnen, ter sig vara av avtals- och köprättslig karaktär för vilket det finns annan lagstiftning för att lösa (jfr artikel 3.2 i direktivet).

Vid denna bedömning saknar den omfattande skriftliga och muntliga bevisning som Sveff har åberopat till styrkande av yrkande 3, betydelse.

Domstolen övergår nu till att bedöma de påtalade påståendena enligt yrkande 2.

## **Yrkande 2**

### *Inledande utgångspunkter*

Beträffande dessa yrkanden hänvisar Patent- och marknadsdomstolen genomgående till reciten i domen för läsning av de grunder parterna åberopat till stöd för sina yrkanden och sina inställningar.

Enligt domstolen är samtliga de påtalade påståenden enligt yrkande 2.1–2.45 av rent kommersiell karaktär och utgör således marknadsföring (se ovan under rubriken ”Rättsliga utgångspunkter”)

Som redovisats har Sveff anfört att bedömningen av yrkande 3 kan påverka vederhäftigheten av samtliga påståenden i yrkande 2. Såsom Sveff får förstås har Sveff härmed avsett att påståenden i marknadsföring om SundaHus produktbedömningar eller tjänst i stort, är ovederhäftiga eftersom Sveff menat att SundaHus

produktbedömningar är felaktiga. SundaHus har mot detta anfört att det visserligen vidgås att det kan förekomma mindre fel i SundaHus databas, vilka åtgärdas löpande, men att dessa fåtal misstag inte ger en rättvisande bild av de över 50 000 produkter och 250 000 artiklar som finns i databasen. Enligt SundaHus kan inte heller dessa felaktigheter läggas till grund för att marknadsföringspåståendena är otillbörliga eller vilseledande.

Patent- och marknadsdomstolen gör härvid följande bedömning. Av utredningen framgår att det har förekommit felaktigheter i SundaHus produktbedömningar i databasen, bland annat när kalciumkarbonat felaktigt åsatts beteckningen worst-case-ämne för produkten BEWI Radon – Butyl Fix. Som redan redovisats uppfattar domstolen dock att de synpunkter Sveff har mot SundaHus avseende yrkande 3 främst gäller SundaHus användning av worst-case-ämnen, då kunders produkter kan bli tillskrivna ämnen de inte innehåller. Enligt domstolen är detta inte felaktigheter utan en del av SundaHus tjänst, som kunderna har ingått avtal om (se skälen ovan för bedömning av yrkande 3). Det finns dock inget i utredningen som talar för att SundaHus har ett problem med felaktigheter utifrån parternas avtal, för huvuddelen av sina produktbedömningar, varför de felaktigheter som påvisats inte påverkar vederhäftigheten av de påtalade påståendena nedan.

#### *Påståendena enligt yrkande 2.3–2.8*

Som framgått ovan har dessa påståenden prövats i det sammanhang de förekommit på fakturorna och fakturapåminnelserna, se under rubriken ”Yrkande 1.1 och 1.2 samt 2.1–2.8 – Fakturorna och fakturapåminnelserna utgör otillbörlig marknadsföring”, ovan.

*Yrkande 2.1–2.2 ”SundaHus erbjuder [...] möjlighet att synas i Sveriges största marknadsplats av bedömda byggmaterialprodukter” och ”SundaHus offers [...] the*

*option to be seen in Sweden's biggest marketplace of assessed building materials" är otillbörliga*

Även dessa påståenden har prövats, i sin fulla lydelse, i det sammanhang de förekommit på fakturorna och fakturapåminnelserna, se ovan. Enligt vad som där redovisats finner domstolen skäl att pröva om den andra delen av påståendena enligt yrkande 2.1 och 2.2, det vill säga "SundaHus erbjuder [...] möjlighet att synas i Sveriges största marknadsplats av bedömda byggmaterialprodukter" (och motsvarande uttryck på engelska på de engelska fakturorna) också är vilseledande.

SundaHus har medgett förbud mot att i marknadsföring av tjänster och system rörande bedömningar av byggmaterialprodukter kalla sig "Sveriges största marknadsplats" och "Sweden's biggest marketplace", på sätt som skett utan att det kan styrkas, och har inte åberopat någon bevisning till stöd för påståendena. Enligt Patent- och marknadsdomstolen uppfattar den genomsnittlige mottagaren den andra delen av de påtalade påståendena, det vill säga uppfattningen är att erbjudandet om synlighet är att den ska ske på Sveriges största marknadsplats. Den genomsnittlige mottagaren får samma intryck av påståendena oavsett om de är utformade på engelska eller svenska. Domstolen anser att påståendena är reservationslösa och långtgående. SundaHus har inte åberopat bevisning till stöd för påståendenas vederhäftighet. Av utredningen har dessutom framgått att SundaHus nya prenumerationsmodell, som SundaHus vid det aktuella tillfället kallade "Marknadsplatsen", ännu inte hade lanserats. Påståendena är obestyrkta. Mot denna bakgrund bedömer domstolen att påståendena är ovederhäftiga och vilseledande och eftersom de påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut är de otillbörliga enligt 8 och 10 §§ marknadsföringslagen. Enligt domstolen har användningen av ordet marknadsplats på sätt som skett haft en oklar innebörd för den genomsnittlige mottagaren, vilket har bidragit till vilseledandet. Detta eftersom mottagaren av fakturorna redan hade betalat för produktbedömningar och synlighet på plattformen enligt 2016 års allmänna villkor för miljöbedömning.

Vid denna utgång saknas skäl att pröva om påståendena på annat sätt strider mot marknadsföringslagen. Påståendena ska förbjudas enligt 23 § marknadsföringslagen och förbuden, som ger samma intryck oavsett om de är utformade på svenska eller engelska och ska utgöra samma förbud (jfr Patent- och marknadsöverdomstolens beslut den 20 juni 2024 i mål nr PMT 14872-22). Vitesförbudet ska formuleras på sätt som framgår av domslutet med koppling till den konkreta marknadsföringsåtgärden.

*Yrkande 2.9–2.12 – Påståenden i mejlkorrespondens i domsbilaga 5 och 6 är otillbörliga*

De påtalade påståendena förekommer i mejlen som SundaHus ostridigt har skickat till vissa kunder efter att kunderna bestritt fakturorna som hade skickats till dem, och som beskrivits och prövats enligt yrkande 1.1 och 1.2.

Patent- och marknadsdomstolen bedömer att den genomsnittlige mottagaren uppfattar påståendena ”Avgiften på fakturan gäller en årsprenumeration för att visas på vår marknadsplats på SundaHus” och ”I och med denna satsning vill vi ge er som leverantör en bättre service och kunna hålla produkterna uppdaterade och aktuella” utifrån sammanhanget påståendena förekommer i mejlen. Domstolen beaktar i detta avseende att kunderna före mejlen har fått fakturorna som ovan bedömts ge intryck av att mottagaren är betalningsansvarig, när så inte varit fallet. Vid sådana förhållanden ger påståendena den genomsnittlige mottagaren återigen uppfattningen att de är betalningsskyldiga för en prenumerationsmodell som kunderna ostridigt inte har beställt. I sitt sammanhang är därmed påståendena ovederhäftiga och vilseledande och eftersom de påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut är de otillbörliga enligt 8 och 10 §§ marknadsföringslagen.

När det sedan gäller påståendena ”Om ni inte vill behålla dem så avregistrerar vi produkterna och skickar kredit för de fakturor ni fått”, och ”Om ni väljer att avregistrera produkten som idag finns presenterade på marknadsplatsen kommer dessa

att tas bort och inte längre vara valbara i fastighetsprojekt” beaktar domstolen, på motsvarande sätt som för de två första påståendena, den kontext som påståendena har lämnats i. Förutom att den genomsnittlige mottagaren uppfattar påståendena som att de är betalningsskyldiga för en prenumerationsmodell som de inte har beställt tillkommer den konkreta uppfattningen att mottagarens produkter kommer avregistreras från databasen om mottagaren inte betalar fakturorna. Av utredningen är det klarlagt att kunderna redan betalat för de bedömningar som fanns i databasen, att mejlen avsåg den nya prenumerationsmodellen och att kommunikationen kring den nya modellen var mycket otydlig (se ovan). Domstolen bedömer därför att påståendena är ovederhäftiga och vilseledande och eftersom de påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut är de otillbörliga enligt 8 och 10 §§ marknadsföringslagen. Av motsvarande skäl som beträffande de påtalade åtgärderna enligt yrkande 1.1, 1.2 och påståendena enligt yrkande 2.1–2.8, anser domstolen att nu aktuella påståenden inte uppfyller rekvisiten för att vara aggressiv marknadsföring enligt 7 § marknadsföringslagen.

Vid denna utgång saknas skäl att pröva om påståendena på annat sätt strider mot marknadsföringslagen. Påståendena ska förbjudas enligt 23 § marknadsföringslagen. Vitesförbudet ska formuleras på sätt som framgår av domslutet med koppling till mejlen enligt domsbilaga 5 och 6.

*Yrkande 2.13 – Påståendet ”Sveriges största marknadsplats för hållbara byggprodukter” är otillbörligt*

Påståendet har förekommit i ett informationsblad benämnt ”Introducering av SundaHus Marknadsplats”, som funnits som bilaga till vissa av de fakturor som har prövats enligt yrkande 1.1. Domstolen finner att den genomsnittlige mottagaren läser informationsbladet i samband med att denne läser fakturan enligt yrkande 1. Informationsbladet är bilagt som domsbilaga 7.

Domstolen har redan bedömt hur den genomsnittlige mottagaren uppfattar påståendet Sveriges största marknadsplats, men då i relation till synlighet (yrkande 2.1 och 2.2). Nu aktuellt påstående tar i stället sikte på att SundaHus har den största marknadsplatsen för hållbara byggprodukter. Som redovisats under rubriken ”Rättsliga utgångspunkter” ställs det höga krav på vederhäftighet vid marknadsföring med miljöargument. Av artikel D.1 i ICC:s Regler från 2018 framgår att påståenden som exempelvis ”miljövänlig”, ”hållbar” eller andra påståenden, vilka ger intryck av att en produkt eller en verksamhet inte har någon, eller endast positiv, miljöpåverkan får användas utan kvalificering bara om de kan verifieras med mycket betryggande bevisning. I ICC:s riktlinjer för ansvarsfull marknadskommunikation om miljö och klimat från mars 2022 (ICC:s Riktlinjer), s. 10, framgår att ett icke-kvalificerat påstående om hållbarhet kan ge intryck av att gälla åtgärder utöver företagets insatser för att minska sin miljöpåverkan, som exempelvis åtgärder till stöd för sociala och ekonomiska hållbarhetsaspekter såsom rättvisa arbetsvillkor osv. I det sammanhang som det påtalade påståendet förekommer står begreppet ”hållbara byggprodukter” enligt domstolen okvalificerat, och den genomsnittlige mottagaren uppfattar det därmed på ett långtgående sätt, det vill säga det kan ha en mängd olika betydelser för mottagaren, vilket gör påståendet reservationslöst. Att SundaHus målsättning är att bolagets produktbedömningar ska bygga på den relevanta lagstiftningens miljökrav, inklusive CLP-förordningen och taxonomiförordningen, och andra miljöcertifieringar förtar inte det intrycket. Påståendet är obestyrkt och domstolen bedömer att det därmed är ovederhäftigt och vilseledande och eftersom det påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut är det otillbörligt enligt 8 och 10 §§ marknadsföringslagen. Enligt domstolen har användningen av ordet marknadsplats på sätt som skett haft en oklar innebörd för den genomsnittlige mottagaren, vilket har bidragit till vilseledandet. Detta eftersom mottagaren av fakturorna redan hade betalat för produktbedömningar och synlighet på plattformen enligt 2016 års allmänna villkor för miljöbedömning.

Vid denna utgång saknas skäl att pröva om påståendena på annat sätt strider mot marknadsföringslagen. Påståendena ska förbjudas enligt 23 § marknadsföringslagen. Vitesförbudet ska formuleras på sätt som framgår av domslutet med koppling till informationsbladet enligt domsbilaga 7.

*Yrkande 2.14–2.15 – Påståendena ”Marknadsplats för branschledare” och ”SundaHus är det främsta valet för Sveriges fastighetsägare, entreprenörer och byggprojekt som söker miljöbedömda och miljövänliga byggnadsmaterial” är otillbörliga*

Påståendena har förekommit i samma informationsblad som beskrivits ovan, se domsbilaga 7.

Enligt domstolen uppfattar den genomsnittliga mottagaren påståendena ”Marknadsplats för branschledare” och ”SundaHus är det främsta valet för Sveriges fastighetsägare, entreprenörer och byggprojekt som söker miljöbedömda och miljövänliga byggnadsmaterial”, på det sätt de förekommer i informationsbladet, enligt sina ordalydelser, där orden ”främsta” och ”branschledare” uppfattas som bästa. Den genomsnittlige mottagaren får alltså uppfattningen att SundaHus och dess marknadsplats är det bästa valet när fastighetsägare, entreprenörer och byggprojekt söker miljöbedömda och miljövänliga byggnadsmaterial. Liksom begreppet ”hållbar” ovan är begreppen ”miljövänlig” och ”miljöbedömda”, i sina sammanhang, okvalificerade begrepp och reservationslösa. Av utredningen har dessutom framgått att SundaHus nya prenumerationsmodell, som SundaHus vid det aktuella tillfället kallade Marknadsplatsen/Marketplace, ännu inte hade lanserats. Påståendena är obestyrkta. Mot denna bakgrund bedömer domstolen att påståendena är ovederhäftiga och vilseledande och eftersom de påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut är de otillbörliga enligt 8 och 10 §§ marknadsföringslagen. Enligt domstolen har användningen av ordet marknadsplats på sätt som skett haft en oklar innebörd för den genomsnittlige mottagaren, vilket har

bidragit till vilseledandet. Detta eftersom mottagaren av fakturorna redan hade betalat för produktbedömningar och synlighet på plattformen enligt 2016 års allmänna villkor för miljöbedömning.

Vid denna utgång saknas skäl pröva om påståendena på annat sätt strider mot marknadsföringslagen. Påståendena ska förbjudas enligt 23 § marknadsföringslagen. Vitesförbudet ska formuleras på sätt som framgår av domslutet med koppling till informationsbladet enligt domsbilaga 7.

*Yrkande 2.16 – Påståendet ”SundaHus Marknadsplats är nu global” är otillbörligt*

Påståendet har förekommit i samma informationsblad som beskrivits ovan, se domsbilaga 7.

SundaHus har medgett förbud att vid marknadsföring av tjänster och system rörande byggmaterialprodukter använda påståendet, på sätt som skett utan att det kan styrkas. Enligt domstolen uppfattar den genomsnittlige mottagaren påståendet enligt sin ordalydelse. SundaHus medgivande vinner stöd av utredningen. Påståendet är inte styrkt, det är ovederhäftigt och vilseledande. Eftersom det påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut är det otillbörligt enligt 8 och 10 §§ marknadsföringslagen. Enligt domstolen har användningen av ordet marknadsplats på sätt som skett haft en oklar innebörd för den genomsnittlige mottagaren, vilket har bidragit till vilseledandet. Detta eftersom mottagaren av fakturorna redan hade betalat för produktbedömningar och synlighet på plattformen enligt 2016 års allmänna villkor för miljöbedömning.

Vid denna utgång saknas skäl att pröva om påståendet på annat sätt strider mot marknadsföringslagen. Påståendet ska förbjudas enligt 23 § marknadsföringslagen. Vitesförbudet ska formuleras på sätt som framgår av domslutet med koppling till informationsbladet enligt domsbilaga 7.

*Yrkande 2.17 – Påståendet ”[...] när du söker hållbara material” är otillbörligt*

Påståendet har förekommit i samma informationsblad som beskrivits ovan, se domsbilaga 7.

Liksom för påståendet enligt yrkande 2.13 bedömer domstolen att den genomsnittlige mottagaren uppfattar påståendet ”när du söker hållbara material” som okvalificerat och uppfattar det därmed på ett långtgående sätt, det vill säga det kan ha en mängd olika betydelser för mottagaren, vilket gör påståendet reservationslöst. Påståendet ”när du söker hållbara material” är obestyrkt. Av motsvarande skäl som anförts i bedömningen av påståendet i yrkande 2.13 bedömer domstolen att det nu aktuella påståendet är ovederhäftigt och vilseledande och eftersom det påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut är det otillbörligt enligt 8 och 10 §§ marknadsföringslagen.

Vid denna utgång saknas skäl att pröva om påståendet på annat vis strider mot marknadsföringslagen. Påståendet ska förbjudas enligt 23 § marknadsföringslagen. Vitesförbudet ska formuleras på sätt som framgår av domslutet med koppling till informationsbladet enligt domsbilaga 7.

När det gäller den första delen av det påtalade påståendet ”Vi introducerar en ny prenumerationsmodell som är utformad för att erbjuda dig bättre funktioner, ökad tillgänglighet, och en sömlös upplevelse [...]” uppfattar den genomsnittlige mottagaren detta som säljbudskap för en ”ny prenumerationsmodell”, vilket också står i den första meningen i stycket (stycke 4 i informationsbladet). Av utredningen i målet framgår att SundaHus vid den aktuella tidpunkten hade introducerat en ny prenumerationsmodell och att det som står i påståendet varit SundaHus mål med den nya prenumerationsmodellen. Vid sådana förhållanden kan detta påstående om prenumerationsmodellen inte vara ovederhäftigt eller vilseledande och strider därför inte mot marknadsföringslagen. Enligt domstolen får den genomsnittlige mottagaren

alltså olika uppfattningar av påståenden om den nya prenumerationsmodellen och påståenden om marknadsplats i informationsbladet. Yrkande 2.17 ska därför ogillas i denna del.

*Yrkande 2.18 och 2.20 – Påståendena ”Denna prenumeration är ditt verktyg för att marknadsföra dina produkter där dina kunder finns” och ”Tjänsten fungerar som en årsprenumeration” är inte otillbörliga*

Påståendena har förekommit i samma informationsblad som beskrivits ovan, se domsbilaga 7.

Påståendena är skrivna i samma stycke som påståendet enligt yrkande 2.17. Enligt domstolen uppfattar den genomsnittlige mottagaren påståendena som information om SundaHus nya prenumerationsmodell. Av utredningen i målet framgår att SundaHus vid tidpunkten för utskickandet av informationsbladet höll på att introducera en ny prenumerationsmodell, som skulle öka synligheten för produktbedömningar samt fungera som en årsprenumeration. Vid sådana förhållanden kan dessa påståenden om prenumerationsmodellen inte vara ovederhäftiga. De är därför inte vilseledande och strider inte mot marknadsföringslagen. Som nämnts får den genomsnittlige mottagaren olika uppfattningar av påståenden om den nya prenumerationsmodellen och påståenden om marknadsplats i informationsbladet. Yrkande 2.18 och 2.20 ska därför ogillas.

*Yrkande 2.19 – Påståendet ”Den nya prenumerationsmodellen innebär [...] för att er produkt visas på SundaHus Marknadsplats” är otillbörligt*

Påståendet har förekommit i samma informationsblad som beskrivits ovan, och har också skrivits i samma stycke som påståendet enligt yrkande 2.17, 2.18 och 2.20, se domsbilaga 7.

Enligt domstolen uppfattar den genomsnittlige mottagaren det påtalade påståendet ”Den nya prenumerationsmodellen innebär att vi tar ut en mindre avgift för att er produkt visas på SundaHus Marknadsplats” som information om betalningsmodellen för den nya prenumerationsmodellen. Den genomsnittlige mottagaren uppfattar dock påståendets koppling till ”SundaHus Marknadsplats” som oklar, särskilt eftersom utredningen visat att mottagaren hade betalda produktbedömningar i SundaHus databas enligt 2016 års allmänna villkor för miljöbedömning. Av utredningen har framgått att SundaHus nya prenumerationsmodell, som SundaHus vid det aktuella tillfället kallade Marknadsplatsen/Marketplace, ännu inte hade lanserats. Som nämnts får den genomsnittlige mottagaren olika uppfattningar av påståenden om den nya prenumerationsmodellen och påståenden om marknadsplats i informationsbladet. Mot denna bakgrund är påståendet ”Den nya prenumerationen innebär [...] för att er produkt visas på SundaHus Marknadsplats” ovederhäftigt och vilseledande och eftersom det påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut är det otillbörligt enligt 8 och 10 §§ marknadsföringslagen.

Vid denna utgång saknas skäl att pröva om påståendet på annat sätt strider mot marknadsföringslagen. Påståendet ska förbjudas enligt 23 § marknadsföringslagen. Vitesförbudet ska formuleras på sätt som framgår av domslutet med koppling till informationsbladet enligt domsbilaga 7.

*Yrkande 2.21 och 2.23 – Påståendena ”Trygghet för fastighetsägare” och ”SundaHus erbjuder ett brett utbud av tjänster för medvetna materialval” är inte otillbörliga*

Påståendena har förekommit tillsammans på SundaHus webbplats, se domsbilaga 9.

Enligt domstolen uppfattar den genomsnittlige mottagaren påståendena tillsammans, vilket i det här fallet betyder att uppfattningen av påståendet ”Trygghet för fastighetsägare” är kopplat till påståendet ”SundaHus erbjuder ett brett utbud av tjänster för medvetna materialval”. Enligt domstolen uppfattas inte påståendet

”medvetna materialval” som ett miljöpåstående (jämför ovan vid yrkande 2.13). Vidare framgår av utredningen att SundaHus vid den aktuella tidpunkten erbjöd ett brett utbud av tjänster, bland annat produktbedömningarna i SundaHus databas enligt 2016 års allmänna villkor för miljöbedömning, och att dessa var baserade på SundaHus målsättning och arbete med att produktbedömningarna skulle bygga på lagstiftningens miljökrav och andra miljöcertifieringar. Påståendet ”Trygghet för fastighetsägare” kan i sammanhanget inte ses som reservationslöst, utan specificeras som sagt genom påståendet ”SundaHus erbjuder ett brett utbud av tjänster för medvetna materialval” på sätt som beskrivits. Domstolen finner därmed att påståendena inte förmedlar det intryck som Sveff har gjort gällande. Påståendena är vederhäftiga i sitt sammanhang. Yrkande 2.21 och 2.23 ska därmed ogillas.

*Yrkande 2.22 och 2.24 – Påståendena ”Efficient solutions for conscious material choices” och ”We provide structured material information management within the construction industry” är inte otillbörliga*

Påståendena har förekommit tillsammans på SundaHus webbplats, se domsbilaga 10.

Enligt domstolen uppfattar den genomsnittlige mottagaren påståendena enligt sina ordalydelser och får inte den långtgående uppfattning som Sveff har gjort gällande. Enligt domstolen uppfattas inte påståendet ”conscious material choices” som ett miljöpåstående (jämför ovan beträffande ”medvetna materialval”). Av utredningen, bland annat genom förhöret med Filip Christensson, är det visat att påståendena är vederhäftiga i sitt sammanhang. Domstolen har härvid särskilt beaktat att SundaHus produktbedömningar är effektiva och strukturerade jämfört med alternativ som att exempelvis utföra egna produktbedömningar inom ett projekt, eller att anlita konsulter som på projektbasis hjälper företag med materialval och loggboksarbete. Yrkande 2.22 och 2.24 ska därmed ogillas.

*Yrkande 2.25 – Påståendet ”SundaHus erbjuder fastighetsägare trygghet, nu och i framtiden, genom ett brett utbud av tjänster för medvetna materialval” är inte otillbörligt*

Påståendet förekommer på SundaHus webbplats under fliken om-oss, ”Bolagsinfo”, se domsbilaga 11.

Domstolen gör för detta påstående samma bedömning som avseende påståendena enligt yrkande 2.21 och 2.23, se ovan. Vid sådana förhållanden ska yrkandena ogillas.

*Yrkande 2.26 – Påståendet ”SundaHus offers [...] services for environmentally conscious material choices” är otillbörligt*

Påståendet har förekommit på SundaHus webbplats under fliken about-us, ”Company Information”, det vill säga en engelsk översättning av den svenska om-oss, ”Bolagsinfo” enligt yrkande 2.25, se domsbilaga 12.

Till skillnad från det svenska påståendet i yrkande 2.25 innehåller nu aktuellt påstående begreppet ”environmentally conscious material choices”, vilket enligt domstolen är ett miljöpåstående (jämför skälen i yrkande 2.13 ovan). Liksom begreppen ”hållbar” ”miljövänlig” och ”miljöbedömda” ovan är begreppet i sitt sammanhang ett okvalificerat begrepp och mottagaren uppfattar det därmed på ett långtgående sätt, det vill säga det kan ha en mängd olika betydelser för mottagaren, vilket gör påståendet reservationslöst. SundaHus målsättning med att bolagets produktbedömningar ska bygga på lagstiftningens miljökrav och andra miljöcertifieringar förtar inte påståendets långtgående betydelse. Påståendet är ovederhäftigt och vilseledande och eftersom det påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut är det otillbörligt enligt 8 och 10 §§ marknadsföringslagen.

Vid denna utgång saknas skäl att pröva om påståendet på annat sätt strider mot marknadsföringslagen. Påståendet ska förbjudas enligt 23 § marknadsföringslagen. Vitesförbudet ska formuleras på sätt som framgår av domslutet.

Den andra delen av påståendet ” [...] property owners security, now and in the future, through a wide range of [...]” ska ogillas, av samma skäl som anförts för påståendet i yrkande 2.25.

*Yrkande 2.27–2.28 – Påståendena ”SundaHus en helhetslösning för att systematisera arbetet med att fasa ut farliga ämnen i en byggnads hela livscykel” och ”SundaHus is a comprehensive solution for systematic efforts at phasing out hazardous substances in a building’s lifecycle” är otillbörliga*

Påståendena har förekommit på SundaHus webbplats under flikarna ”Bolagsinfo” och ”Company Information”, se domsbilaga 11 och 12.

Enligt domstolen uppfattar den genomsnittlige mottagaren påståendena i enlighet med deras ordalydelse och får samma intryck av påståendena oavsett om de är utformade på engelska eller svenska. I sitt sammanhang på webbplatsen uppfattar mottagaren att ”helhetslösning” och ”comprehensive” tar sikte på SundaHus produktbedömningar och rådgivningar, och att dessa kan systematisera arbetet med att fasa ut farliga ämnen i en byggnads hela livscykel. Enligt domstolen utgör dessa påståenden miljöpåståenden (jämför skälen i yrkande 2.13 ovan). Enligt domstolen är påståendena okvalificerade, reservationslösa och obestyrkta i sina långtgående betydelser. SundaHus målsättning med att bolagets produktbedömningar ska bygga på lagstiftningens miljökrav och andra miljöcertifieringar förtar inte påståendenas långtgående betydelser. Påståendena är ovederhäftiga och vilseledande och eftersom de påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut är de otillbörliga enligt 8 och 10 §§ marknadsföringslagen.

Vid denna utgång saknas skäl att pröva om påståendena på annat sätt strider mot marknadsföringslagen. Påståendena ska förbjudas enligt 23 § marknadsföringslagen och förbuden, som ger samma intryck oavsett om de är utformade på svenska eller engelska, ska utgöra samma förbud (jfr Patent- och marknadsöverdomstolens beslut den 20 juni 2024 i mål nr PMT 14872-22). Vitesförbudet ska formuleras på sätt som framgår av domslutet.

*Yrkande 2.29 och 2.31 – Påståendena SundaHus är ”ett konsultbolag för en bättre inomhusmiljö och är idag en ledande aktör på området medvetna materialval” och ”Vi hjälper företag och organisationer med att skapa långsiktigt värdefulla byggda miljöer genom enkla och effektiva lösningar för medvetna materialval” är inte otillbörliga*

Påståendena förekommer på SundaHus webbplats under fliken om-oss, ”Bolagsinfo”, se domsbilaga 11.

När det gäller den genomsnittlige mottagarens uppfattning av ”medvetna materialval” gör domstolen samma bedömning för begreppet i nu aktuell kontext som avseende påståendena enligt yrkande 2.23 och 2.25, se ovan. I övrigt uppfattar mottagaren påståendena enligt sina ordalydelser i de sammanhang de förekommer, det vill säga som att SundaHus arbetar för en bättre inomhusmiljö, är en (av flera) ledande aktörer inom området, och att visionen är att hjälpa bland annat företag att skapa långsiktigt värdefulla byggda miljöer (som enligt domstolen inte är ett miljöpåstående) genom effektiva lösningar. Utredningen visar att detta är korrekt. Påståendena uppfattas således inte i den långtgående betydelse som Sveff har gjort gällande. Påståendena är vederhäftiga och yrkande 2.29 och 2.31 ska därmed ogillas.

*Yrkande 2.30 – Påståendet "Today it's a leading player in the field of health and environmental assessments of building materials" är otillbörligt*

Påståendet har förekommit på SundaHus webbplats under fliken about-us, "Company Information", se domsbilaga 12.

Till skillnad från det svenska påståendet i yrkande 2.29 innehåller nu aktuellt påstående begreppet "environmental assessments of building materials", vilket enligt domstolen utgör ett miljöpåstående (jämför skälen i yrkande 2.13 ovan). Liksom begreppen "hållbar", "miljövänlig", "miljöbedömda" och "environmentally conscious material choices" enligt bedömningarna ovan, är begreppet "environmental assessments of building materials" ett okvalificerat begrepp och mottagaren uppfattar det därmed på ett långtgående sätt, det vill säga det kan ha en mängd olika betydelser för mottagaren, vilket gör påståendet reservationslöst. SundaHus målsättning med att bolagets produktbedömningar ska bygga på lagstiftningens miljökrav och andra miljöcertifieringar förtar inte påståendets långtgående betydelse. Påståendet är obestyrkt, ovederhäftigt och vilseledande och eftersom det påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut är det otillbörligt enligt 8 och 10 §§ marknadsföringslagen.

Vid denna utgång saknas skäl att pröva om påståendet på annat sätt strider mot marknadsföringslagen. Påståendet ska förbjudas enligt 23 § marknadsföringslagen. Vitesförbudet ska formuleras på sätt som framgår av domslutet.

*Yrkande 2.32 – Påståendet "the leading international supplier of environmental material data and related consultant services" är inte otillbörligt*

Påståendet har förekommit på SundaHus webbplats under fliken about-us, "Company Information", se domsbilaga 12.

Domstolen konstaterar att påståendet, i likhet med påståendet enligt yrkande 2.31, är skrivet under rubriken ”Vision” i bolagsinformationen. Enligt domstolen uppfattar den genomsnittliga mottagaren påståendet som att det är SundaHus vision att vara ”the leading international supplier of environmental material data and related consultant services”, inte att SundaHus är det (jämför med ICC:s Riktlinjer s. 17 och domstolens bedömning för påståendena enligt yrkande 2.39—2.40). Utredningen visar att påståendet är korrekt. Påståendet uppfattas således inte i den långtgående betydelse som Sveff har gjort gällande. Påståendet är vederhäftigt och yrkande 2.32 ska därmed ogillas.

*Yrkande 2.33–2.34 – Påståendena ”konsulttjänster för en hållbar utveckling inom bygg- och fastighetssektorn” och ”consulting services for sustainable development in the construction and property sectors” är inte otillbörliga*

Påståendena har förekommit på SundaHus webbplats under fliken om-oss/about-us, ”Bolagsinfo” och ”Company Information”, se domsbilaga 11 och 12.

Domstolen konstaterar att påståendena är skrivna under rubrikerna ”Affärsidé” och ”Business Concept” i bolagsinformationen. De påtalade påståendenas kompletta formuleringar lyder ”Vår affärsidé är att som oberoende företag, sälja strukturerad information och konsulttjänster för en hållbar utveckling inom bygg- och fastighetssektorn” och ”Our mission, as an independent company, is to provide structured material data and consulting services for sustainable development in the construction and property sectors”. Även om påståendena utgör marknadsföring får deras placeringar under rubrikerna betydelse för hur den genomsnittlige mottagaren uppfattar påståendena (jämför med ICC:s Riktlinjer s. 17). Enligt domstolen uppfattar den genomsnittlige mottagaren inte begreppen ”Hållbar utveckling” och ”sustainable development” i den långtgående mening som Sveff gör gällande, utan just som att SundaHus affärsidé är att arbeta för en hållbar utveckling i bygg- och fastighetssektorn i stort. Med tanke på de övergripande kunskaperna som den genomsnittlige mottagaren

har om lagstiftningen på området kan påståendena inte uppfattas som innefattande en mängd betydelser, såsom generella miljöpåståenden, eller miljöpåståenden för enskilda produkter. Utredningen visar att SundaHus har den affärsidé som påståendena förmedlar, vilket gör dem korrekta. Påståendena är således vederhäftiga och yrkande 2.33–2.34 ska därmed ogillas.

*Yrkande 2.35 – Påståendet ”SundaHus Miljödata – Verktøget for effektivt og resultatorientert arbeid med medvetne materialvalg” er ikke otillbørlig*

Påståendet har förekommit på SundaHus webbplats under fliken tjänster/miljödata, se domsbilaga 13.

När det gäller den genomsnittlige mottagarens uppfattning av uttrycket ”medvetna materialvalg” gör domstolen samma bedömning för uttrycket i nu aktuell kontext som avseende påståendena enligt yrkande 2.23, 2.25 och 2.31, se ovan. I övrigt uppfattar mottagaren påståendet enligt sin ordalydelse, det vill säga att tjänsten SundaHus Miljödata är ett verktyg för ett effektivt och resultatorienterat arbete med medvetna miljöval. Därvid uppfattar den genomsnittliga mottagaren inte uttrycket ”SundaHus Miljödata” som ett miljöpåstående (jfr med bedömningen i yrkande 2.13) utan det är i sammanhanget på webbplatsen tydligt för mottagaren att SundaHus Miljödata är en tjänst, och inte avser exempelvis miljöegenskaper hos produkter. Påståendet uppfattas således inte i den långtgående betydelse som Sveff har gjort gällande. Utredningen visar att påståendet är korrekt varför det är vederhäftigt. Yrkande 2.35 ska därmed ogillas.

*Yrkande 2.36 – ”SundaHus Material Data – The tool [...] with environmentally conscious material choices” er ikke otillbørlig*

Påståendet har förekommit på SundaHus webbplats under fliken services/material-data, se domsbilaga 14.

Till skillnad från det svenska påståendet i yrkande 2.35 innehåller nu aktuellt påstående begreppet "environmentally concious material choices". När det gäller den genomsnittlige mottagarens uppfattning av uttrycket i nu aktuell kontext, gör domstolen samma bedömning som för påståendet i yrkande 2.26, se ovan. Det är således fråga om ett miljöpåstående som får sin innebörd genom kopplingen till SundaHus tjänst "SundaHus Material Data". Påståendet är okvalificerat och reservationslöst, det vill säga det kan ha en rad betydelser för den genomsnittlige mottagaren (jämför skälen i yrkande 2.13). SundaHus målsättning med att bolagets produktbedömningar ska bygga på lagstiftningens miljökrav och andra miljöcertifieringar förtar inte påståendets långtgående betydelse. Däremot uppfattar den genomsnittliga mottagaren inte uttrycket "SundaHus Material Data" i sig som ett miljöpåstående (jfr med bedömningen i yrkande 2.35). Påståendet är ovederhäftigt och vilseledande och eftersom det påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut är det otillbörligt enligt 8 och 10 §§ marknadsföringslagen.

Vid denna utgång saknas skäl att pröva om påståendet på annat sätt strider mot marknadsföringslagen. Påståendet ska förbjudas enligt 23 § marknadsföringslagen. Vitesförbudet ska formuleras på sätt som framgår av domslutet.

Delen "[...] for effective and result-oriented work [...]" i påståendet ska ogillas av samma skäl som anförts för påståendet enligt yrkande 2.22 och 2.24.

*Yrkande 2.37–2.38 – Påståendena "Därför ger SundaHus Miljödata dig fullt stöd i att göra medvetna materialval, dvs. att undvika produkter med farliga ämnen samt att dokumentera produktvalen" och "SundaHus Material Data provides full support in*

*making environmentally conscious material choices, i.e., to avoid products containing hazardous substances and to document product choices” är otillbörliga*

Påståendena har förekommit på SundaHus webbplats under flikarna tjänster/miljödata och services/material-data, se domsbilaga 13 och 14.

Enligt domstolen uppfattar den genomsnittlige mottagaren påståendena i enlighet med deras ordalydelser och får samma intryck av påståendena oavsett om de är utformade på engelska eller svenska. För den genomsnittlige mottagaren är det i sammanhanget tydligt att påståendena avser SundaHus tjänst ”SundaHus Miljödata/SundaHus Material Data”. Uttrycken fullt stöd/full support är sådana typiska marknadsföringsrättsliga överdrifter som är nästintill omöjliga att bevisa. För nu aktuella påståenden är det dessa uttryck som ger hela påståendena deras innebörd. Även om utredningen visar att SundaHus arbetar med att bolagets produktbedömningar ska bygga på lagstiftningens miljökrav, och andra miljöcertifieringar, samt att SundaHus arbetar med en loggbok för dokumentation av produktvalen, styrker inte detta att SundaHus alltid ger och kan ge fullt stöd/full support i den långtgående betydelse som påståendena ger intryck av. Påståendena är overdriftiga och vilseledande och eftersom de påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut är de otillbörliga enligt 8 och 10 §§ marknadsföringslagen.

Vid denna utgång saknas skäl att pröva om påståendena på annat sätt strider mot marknadsföringslagen. Påståendena ska förbjudas enligt 23 § marknadsföringslagen och förbuden, som ger samma intryck oavsett om de är utformade på svenska eller engelska och ska utgöra samma förbud (jfr Patent- och marknadsöverdomstolens beslut den 20 juni 2024 i mål nr PMT 14872-22). Vitesförbudet ska formuleras på sätt som framgår av domslutet.

*Yrkande 2.39–2.40 – Påståendena ”SundaHus Miljödata är marknadens ledande system för medvetna materialval inom bygg- och fastighetsbranschen” och ”SundaHus Material Data is the market leader for environmentally conscious material choices within the construction and property markets” är otillbörliga*

Påståendena har förekommit på SundaHus webbplats under flikarna tjänster/miljödata och services/material-data, se domsbilaga 13 och 14.

Enligt domstolen uppfattar den genomsnittlige mottagaren påståendena i enlighet med deras ordalydelser och får samma intryck av påståendena oavsett om de är utformade på engelska eller svenska. För den genomsnittlige mottagaren är det i sammanhanget tydligt att påståendena avser SundaHus tjänst ”SundaHus Miljödata/SundaHus Material Data”. Det är uttrycken ”ledande system” och ”market leader” som ger påståendena sin innebörd (jfr med bedömningen för påståendet i yrkande 2.32). Uttrycket ledande kan ha olika betydelse, men enligt domstolen uppfattar mottagaren det i dessa fall som jämförbart med störst. ”Ledande” och ”störst” (jfr MD 2007:11) är sådana typiska marknadsföringsrättsliga överdrifter som är nästintill omöjliga att bevisa. Utredningen har visat att det i Sverige, förutom SundaHus system, finns BASTA-systemet och Byggvarubedömningen, för miljöbedömningar av byggmaterialprodukter. Med den vida innebörd som påståendena har finner domstolen att SundaHus inte har visat att bolaget har det ledande systemet eller är ”market leader”. Påståendena är därför ovederhäftiga och vilseledande och eftersom de påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut är de otillbörliga enligt 8 och 10 §§ marknadsföringslagen.

Vid denna utgång saknas skäl att pröva om påståendena på annat sätt strider mot marknadsföringslagen. Påståendena ska förbjudas enligt 23 § marknadsföringslagen och förbuden, som ger samma intryck oavsett om de är utformade på svenska eller engelska och ska utgöra samma förbud (jfr Patent- och marknadsöverdomstolens beslut den 20 juni 2024 i mål nr PMT 14872-22). Vitesförbudet ska formuleras på sätt som framgår av domslutet.

*Yrkande 2.41 – Påståendet ”medvetna materialval” är inte otillbörligt*

Såsom Sveff får förstås har bolaget riktat sitt yrkande mot hur påståendet förekommit enligt tidigare yrkanden (se påståendena enligt yrkande 2.23, 2.25, 2.29, 2.31, 2.35, 2.37 och 2.39). Domstolen har där redan gjort en bedömning av påståendet i sig i de sammanhang det förekommit, och funnit att det inte är ett miljöpåstående. Däremot har domstolen förbjudit påståendena enligt yrkanden 2.37 och 2.39, där uttrycket ”medvetna materialval” funnits med, men där det inte är uttrycket i sig som är vilseledande utan hela påståendet. Av dessa skäl, och med hänvisning till bedömningen enligt nämnda yrkanden, bedömer domstolen att yrkande 2.41 ska ogillas.

*Yrkande 2.42 – Påståendet ”environmentally conscious material choices” är otillbörligt*

Såsom Sveff får förstås har bolaget riktat sitt yrkande mot hur påståendet förekommit enligt tidigare yrkanden (se påståendena enligt yrkande 2.26, 2.36, 2.38 och 2.40). Domstolen har där redan gjort en bedömning av påståendet i sig i de sammanhang det förekommit, varvid domstolen funnit att det är ett miljöpåstående (se bedömningen för påståendet enligt yrkande 2.26). Enligt domstolen är påståendet i den påtalade marknadsföringen, av samma skäl som enligt nämnda yrkanden, även ovederhäftigt om det står ensamt. Påståendet är därför vilseledande och eftersom det påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut är det otillbörligt enligt 8 och 10 §§ marknadsföringslagen.

Vid denna utgång saknas skäl att pröva om påståendet på annat sätt strider mot marknadsföringslagen. Påståendet ska förbjudas enligt 23 § marknadsföringslagen. Vitesförbudet ska formuleras på sätt som framgår av domslutet.

*Yrkande 2.43 – Påståendet ”Genom att du har ett verktyg för att söka efter produkter som inte innehåller farliga ämnen och kan dokumentera dina produktval i SundaHus Miljödata bidrar du till en trygg och hållbar framtid för dina kunder” är otillbörligt*

Påståendet har förekommit på SundaHus webbplats under fliken intressenter/projektdeltagare, se domsbilaga 15.

Enligt domstolen uppfattar den genomsnittlige mottagaren påståendet enligt sin ordalydelse, och får därmed intryck av att genom användning av SundaHus Miljödata, där man kan söka efter produkter som inte innehåller farliga ämnen, dokumentera produktvalen, bidrar man till en trygg och hållbar framtid för sina kunder. Domstolen har redan prövat uttrycken ”hållbar” då det förekommer i påståendena enligt yrkande 2.13 och 2.17, ”trygg” då det förekommer i påståendet enligt yrkande 2.21 samt ”farliga ämnen” då det förekommer i påståendena enligt yrkande 2.37 och 2.38.

Domstolen hänvisar till skälen där och beaktar även följande. Av utredningen framgår att kemiska ämnen som används i byggmaterialprodukter kan innehålla ämnen som riskerar att på olika sätt skada människor och miljö, exempelvis genom att ge olika allergiska reaktioner, vara hormonstörande, eller vara brandfarliga. Ibland kan det handla om att ämnet inte får användas över vissa gränsvärden, men att det inte är farligt om det används i tillåten mängd. Det finns en gedigen mängd bestämmelser på området, både inom EU (såsom CLP-förordningen), i Sverige (såsom Kemikalieinspektionens prioriteringsguide PRIO) samt egenåtgärder (såsom Svanen). Det som lagstiftningen på området generellt handlar om är att användningen av kemiska produkter ska följa olika krav, såsom märkningskrav och krav på att lämna säkerhetsblad, för att på så sätt minimera riskerna med de kemiska produkterna. Mot denna bakgrund finner domstolen att det är att gå alldeles för långt att som SundaHus gör genom påståendet förmedla intrycket att genom användning av SundaHus Miljödata, där man kan söka efter produkter som inte innehåller farliga ämnen och dokumentera produktvalen, bidrar man till en trygg och hållbar framtid för sina kunder. Påståendet är således ovederhäftigt och vilseledande och eftersom det påverkar

eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut är det otillbörligt enligt 8 och 10 §§ marknadsföringslagen.

Vid denna utgång saknas skäl att pröva om påståendet på annat sätt strider mot marknadsföringslagen. Påståendet ska förbjudas enligt 23 § marknadsföringslagen. Vitesförbudet ska formuleras på sätt som framgår av domslutet.

*Yrkande 2.44 – Påståendet ”Dessutom är det marknadens största system med bedömda byggvaror” är otillbörligt*

Påståendet har förekommit på SundaHus webbplats under fliken intressenter/projektdeltagare, se domsbilaga 15.

SundaHus har medgett förbud mot att i marknadsföring av tjänster och system rörande bedömningar av byggmaterialprodukter kalla sig ”marknadens största system”, på sätt som skett utan att det kan styrkas. Enligt domstolen uppfattar den genomsnittlige mottagaren påståendet enligt sin ordalydelse. SundaHus medgivande vinner stöd av utredningen. Påståendena är obestyrkta och därmed ovederhäftiga. Domstolen bedömer dem därför vara vilseledande och eftersom det påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut är det otillbörligt enligt 8 och 10 §§ marknadsföringslagen.

Vid denna utgång saknas skäl att pröva om påståendet på annat sätt strider mot marknadsföringslagen. Påståendet ska förbjudas enligt 23 § marknadsföringslagen. Vitesförbudet ska formuleras på sätt som framgår av domslutet.

*Yrkande 2.45 – Påståendet ”SundaHus” är inte otillbörligt*

Såsom Sveff får förstås har bolaget vänt sig mot påståendet såsom det förekommer i all den påtalade marknadsföringen som är under prövning i förevarande mål. Eftersom uttrycket förekommer i marknadsföringspåståenden är det en del av dessa och utgör

således marknadsföring. Domstolen har prövat all den marknadsföring där uttrycket förekommer och gjort de bedömningar som framgår ovan. Domstolen bedömer att den genomsnittlige mottagaren förstår att innebörden av ordet ”SundaHus” i all den påtalade marknadsföringen är att det är företaget SundaHus i Linköping AB som avses. Utredningen har inte visat exempel på någon marknadsföring där ordet ”SundaHus” av den genomsnittlige mottagaren kan uppfattas i den långtgående betydelse som Sveff har gjort gällande. Yrkandet 2.45 ska därför ogillas.

#### *Andrahandsyrkandet*

En prövning av Sveffs andrahandsyrkande till yrkande 2 hade givit samma resultat som ovan bedömningar.

### **Yrkande 4 – Oskäligen avtalsvillkor**

#### *Inledning*

De i målet aktuella avtalsvillkoren återfinns i punkterna 4.2, 8.1, 3.2 och 10.1 i 2016 års allmänna villkor för miljöbedömning. Villkoren accepteras av leverantörerna när de skapar leverantörskonton hos SundaHus.

Sveff har gjort gällande att avtalsvillkoren är oskäligen enligt AVLN och att SundaHus därmed ska förbjudas att tillämpa villkoren. SundaHus har invänt att avtalsvillkoren var för sig eller i kombination inte är oskäligen.

#### *Rättsliga utgångspunkter*

Enligt 1 § AVLN kan Patent- och marknadsdomstolen pröva om ett villkor som en näringsidkare ställer upp när denne ingår eller avser att ingå avtal med annan näringsidkare är att anse som oskäligen mot denne. Om så är fallet, kan domstolen förbjuda näringsidkaren att i fortsättningen ställa upp samma eller väsentligen samma

villkor i liknande fall.

Av 2 § andra stycket AVLN följer att förbud ska meddelas endast om det är påkallat från allmän synpunkt. Det ska alltså kunna antas att ett visst avtal eller ett visst villkor kommer att användas under liknande omständigheter också mot andra näringsidkare. Detta innebär att lagen i första hand tar sikte på villkor i formulärrättens standardavtal (prop. 1983/84:92 s. 20). Även klausuler som inte har denna karaktär kan dock prövas om de faktiskt kan väntas bli använda i andra liknande fall.

Bedömningen enligt AVLN ska inriktas på om ett villkor typiskt sett är oskäligt mot sådana motparter i förhållande till vilka det är avsett att användas. Av förarbetena framgår bland annat att varje villkor måste prövas i sitt sammanhang med övriga villkor i avtalet (a. prop. s. 20). En allmän utgångspunkt är att ett avtalsvillkor får anses oskäligt om villkoret, med avvikelse från gällande dispositiva rättsregler, ger den part som åberopar det en förmån eller berövar motparten en rättighet och därigenom åstadkommer en sådan snedbelastning i fråga om parternas rättigheter och skyldigheter enligt avtalet, att en genomsnittligt sett rimlig balans mellan parterna inte längre är för handen. Det är dock inte givet att ett villkor som avviker från en dispositiv regel ska anses som oskäligt enbart på den grunden. Särskilt när det gäller förhållandet mellan näringsidkare måste man lämna parterna ganska vida ramar inom vilka de kan finna egna lösningar. Frågan om ett avtalsvillkor är att anse som oskäligt ska avgöras på grundval av en samlad bedömning av parternas rättigheter och skyldigheter. (Se MD 1985:16, MD 2006:30 och MD 2010:12).

Enligt 2 § första stycket AVLN ska vid bedömningen av om ett avtalsvillkor är att anse som oskäligt särskild hänsyn tas till behovet av skydd för den som intar en underlägsen ställning i avtalsförhållandet. Ett väsentligt syfte med lagstiftningen är att stärka de mindre företagens ställning. I förarbetena anges som exempel att den ena parten är ett leverantörsföretag med marknadsdominerande ställning, medan motparten är en lokal detaljhandlare med ringa omsättning. Ett annat exempel är att den ena parten är ett

stort industriföretag, medan motparten är en liten verkstad som tillverkar vissa detaljer för det större företags produktion. I vissa situationer kan den ena parten för sin fortsatta existens vara starkt beroende av motparten, exempelvis en återförsäljare som har specialiserat sig på försäljning av och service på en viss leverantörs produkter eller en underentreprenör som har inrättat sin verksamhet efter en viss uppdragsgivares behov. Somliga näringsidkare kan sägas inta en ställning som i mycket påminner om vanliga konsumenters. (A. prop. s. 21.)

### *Domstolens bedömning*

Domstolen tar inledningsvis upp frågan om avtal med villkoren har ingåtts, eller avses att ingås, och om en prövning av avtalsvilkorens skälighet är påkallad ur allmän synpunkt.

Domstolen konstaterar att de i målet aktuella avtalsvilkoren har ställts upp av SundaHus gentemot leverantörer, som accepterat villkoren, och att de utgjort standardiserade avtalsvillkor som inte har förhandlats individuellt. Patent- och marknadsdomstolen finner mot denna bakgrund att det kan antas att villkoret kan komma att användas under liknande omständigheter också mot andra näringsidkare och att en prövning är påkallad från allmän synpunkt.

Domstolen går därmed vidare in på en skälighetsbedömning av avtalsvilkoren.

De aktuella avtalsvilkoren uppställs mot leverantörer av byggvarumaterial. I avtalsförhållandet står leverantörerna å ena sidan och SundaHus å andra sidan. Av särskild betydelse för prövningen av om avtalsvilkoren är oskäliga är om leverantörerna intar en underlägsen ställning i förhållande till SundaHus. Även om konstaterandet av en underlägsen ställning inte är en förutsättning för en skälighetsprövning talar avsaknad av underlägsenhet starkt mot oskälighet. Domstolen

tar därför först ställning till vad som är visat i fråga om avtalsparternas styrkeförhållanden.

På den aktuella marknaden finns såvitt framkommit huvudsakligen tre aktörer, vilka utgörs av SundaHus, Byggvarubedömningen och BASTA. Det saknas närmare utredning om de tre aktörernas respektive marknadsandelar. Domstolen konstaterar dock att SundaHus är en aktör av betydelse, oavsett om SundaHus kan anses vara en dominerande aktör eller inte på marknaden för byggvarubedömningar. Det får därutöver anses utrett att SundaHus har en särskilt stark ställning inom offentlig sektor.

Det är av betydelse för bedömningen om leverantörerna för sin fortsatta existens i princip måste vara med i SundaHus bedömningssystem. Anders Larsson vid Sika har i detta avseende uppgett att det är frivilligt att vara med i bedömningssystemet men att det i praktiken är nödvändigt för att bolaget ska kunna sälja sina produkter. Även Camilla Eriksson har uppgett att det av affärsmässiga skäl är nödvändigt att vara med i SundaHus bedömningssystem. Matilda Isaksson vid Lindab har emellertid berättat att Lindab har beslutat att inte längre vara kund till SundaHus trots att det kan påverka affärerna. Att Lindab har valt att lämna SundaHus framgår också av pressmeddelande som bolaget publicerat den 2 oktober 2024. Domstolen konstaterar att det i målet framkommit att det inte finns något uttryckligt krav att leverantörerna ska vara med i SundaHus bedömningssystem. Enligt domstolen är den samlade utredningen inte heller tillräcklig för att visa att leverantörerna i praktiken måste vara med i SundaHus bedömningssystem för att överhuvudtaget kunna verka på marknaden. Det förhållande att det är affärsmässigt fördelaktigt att vara med i bedömningssystemet föranleder ingen annan bedömning.

Vad gäller SundaHus ekonomiska ställning har framkommit att bolaget bedriver rikstäckande verksamhet och nyligen har lanserats i Danmark. År 2022 hade SundaHus en omsättning om ca 30 miljoner kronor. När det gäller leverantörernas ekonomiska ställning konstaterar domstolen att det saknas tillräcklig utredning, till exempel uppgift

om omsättning eller rörelseresultat, för att kunna dra några generella slutsatser om leverantörernas ekonomiska ställning i förhållande till SundaHus. Domstolen konstaterar därutöver att Matilda Isaksson har uppgett att Lindab-koncernen har en omsättning på ca 13 miljarder kronor, vilket vida överstiger SundaHus omsättning. Enligt domstolen är avsaknad av en obalans mellan avtalsparternas ekonomiska förhållanden en omständighet som talar för att det inte föreligger någon underlägsen ställning, även om det inte är uteslutet att det kan finnas situationer där en ekonomiskt stark avtalspart intar underlägsen ställning i avtalsförhållandet.

Sammantaget ger utredningen i målet inte tillräckligt stöd för att kunna dra slutsatsen att leverantörerna intar en underlägsen ställning, eller att leverantörerna typiskt sett ens kan betraktas som de mindre företagen i avtalsförhållandet. Det är inte heller utrett att någon enskild leverantör bland Sveffs medlemmar intar en underlägsen ställning i förhållande till SundaHus.

Även om avsaknad av underlägsenhet talar starkt mot oskälighet ska domstolen göra en samlad bedömning av de omständigheter som framkommit i målet. Domstolen går därför vidare med skälighetsprövningen.

Det har i målet inte framkommit annat än att SundaHus synes ha affärsmässiga syften med de aktuella villkoren. Domstolen bedömer att inget av de ifrågasatta avtalsvillkoren är så oklart formulerade att de därigenom kan anses vara oskäligen i lagens mening. Vidare innebär inte något av villkoren enligt domstolen någon avgörande avvikelse från dispositiv rätt. I det följande går domstolen igenom de ifrågasatta villkoren.

Vad gäller punkten 4.2 i 2016 års allmänna villkor för miljöbedömning (yrkande 4.1) har Sveff anfört att det innebär att SundaHus får en slags äganderätt eller i vart fall obegränsad nyttjanderätt till resultatet och all produktdata samt att SundaHus ensidigt avgör om information som lämnats av leverantörerna ska omfattas av sekretess.

SundaHus har anfört att det är nödvändigt med en bredare nyttjanderätt för att bolaget ska kunna fullfölja sin del av avtalet samt för att projektkunder ska kunna dokumentera sina materialval. SundaHus har också framhållit att denna nyttjanderätt inte omfattar information som omfattas av sekretess. Villkoret kan enligt domstolen inte tolkas på ett sådant sätt att det innebär att SundaHus får äganderätt till av leverantörerna lämnad information. Sett till villkorets ordalydelse får det enligt domstolen i stället anses innebära att SundaHus ges en nyttjanderätt till information som lämnas av leverantörerna. Domstolen anser inte att villkoret kan tolkas på ett sådant sätt att det ger SundaHus rätt att överlåta informationen eller använda informationen för att tillverka egna produkter. Därutöver noterar domstolen att såväl Byggsvaru-bedömningens som BASTA:s allmänna villkor innehåller villkor som ger bolagen en rätt att använda information som lämnas av leverantörerna samt att leverantörerna har rätt att begära sekretess. Att det finns vissa skillnader i hur regleringarna ser ut föranleder inte att SundaHus villkor i sig är oskäligt.

Beträffande villkoret i punkten 8.1 (yrkande 4.2) kan det enligt domstolen inte tolkas på annat sätt än att SundaHus får äganderätt till de immateriella rättigheter som uppstår som en följd av bolagets utförande av tjänsten. Detta innebär inte någon direkt avvikelse från dispositiv rätt och det kan knappast bli fråga om att förklara att villkoret är oskäligt.

När det gäller villkoret i punkten 3.2 (yrkande 4.3) som ger SundaHus rätt att ensidigt ändra bedömningskriterierna framhåller domstolen att en ensidig rätt för den starkare avtalsparten att ändra avtalets innehåll visserligen kan påverka skälighetsbedömningen (jfr MD 1995:33 och MD 1985:16). Det skulle i aktuellt mål kunna göra sig särskilt gällande med hänsyn till den ansvarsbegränsning gällande felaktiga och ofullständiga bedömningskriterier som följer av punkten 10.1 i de allmänna villkoren. SundaHus har förklarat att syftet med villkoret är att kunna ändra bedömningskriterierna i takt med att regelverket och kunskapen inom branschen ändras och därmed säkerställa att produkterna bedöms utifrån gällande regler. Därutöver kan konstateras att liknande

reglering att ensidigt kunna ändra bedömningskriterier även finns i Byggvaru-  
bedömningens allmänna villkor. Med hänsyn härtill och i synnerhet eftersom det inte  
kan sägas att SundaHus är den starkare avtalsparten anser domstolen inte att villkoret  
enbart på grund av en ensidig rätt att ändra bedömningskriterierna kan anses oskäligt.

Punkten 10.1 i de allmänna villkoren (yrkande 4.4) innehåller en ansvarsbegränsning.  
Sveff har anfört att villkoret innebär att leverantörerna i praktiken får stå risken för  
SundaHus information och bedömningar. Domstolen konstaterar att SundaHus genom  
villkoret begränsar sitt ansvar till de fall där bolaget agerat grovt vårdslöst. Det är  
således inte fråga om en totalt ansvarsfriskrivning. Att SundaHus önskar begränsa sitt  
ansvar för sådan information som tillförs av leverantörerna framstår som självklart.  
Enligt domstolen framstår det inte heller som oskäligt i sig att SundaHus önskar  
begränsa sitt ansvar när det gäller information som kommer från tredje part. Som  
domstolen anfört ovan framstår det visserligen som något långtgående att SundaHus  
begränsar sitt ansvar för ofullständiga eller felaktiga bedömningskriterier samtidigt  
som avtalet ger SundaHus rätt att ensidigt ändra kriterierna. Det är dock inte fråga om  
en total ansvarsfriskrivning. Därtill innehåller såväl BASTA:s som  
Byggvarubedömningens allmänna villkor ansvarsbegränsningar även om dess  
omfattningar i viss mån skiljer sig åt. Sammantaget anser inte domstolen att villkoret,  
som förekommer i näringsidkarförhållande, kan anses oskäligt i sig.

Mot bakgrund av vad som anförts ovan samt vid en samlad bedömning av de  
omständigheter som framkommit i målet finner domstolen att det inte är visat att  
avtalsvillkoren, varken var för sig eller gemensamt, typiskt sett medför en sådan  
snedbelastning vad avser parternas rättigheter och skyldigheter enligt avtalet att en  
rimlig balans mellan parterna inte längre är för handen. Avtalsvillkoren kan därmed  
inte anses oskäliga enligt 1 § AVLN. Sveffs fjärde yrkande lämnas därmed helt utan  
bifall.

### **Vite och förbudsutformning**

Ett förbud enligt 23 § marknadsföringslagen måste – till skillnad från immaterialrättsliga vitesförbud – inte begränsas till de överträdelser som har begåtts utan får omfatta även andra liknande åtgärder. Enligt praxis ska dock även förbud enligt marknadsföringslagen utformas på ett sådant sätt att det för adressaten tydligt och preciserat framgår vilken typ av marknadsföring som avses (se NJA 2018 s. 883, särskilt p. 7–12). För att ett förbud ska få avsedd effekt bör det inte vara alltför snävt utformat. En liten justering av den prövade marknadsföringen ska inte medföra att förbudet eller åläggandet på så sätt kan kringgå (se till exempel MD 2006:26). Ett förbud bör därför utformas så att den konkreta marknadsföringen omfattas men också att andra likvärdiga handlingar innefattas. Högsta domstolen har dock i ovan nämnda avgörande anført att ett vitesförbud bör utformas så att det har en tydlig koppling till den konkreta överträdelse som har ägt rum och att det bör framgå såväl vilken typ av marknadsföring som vilken eller vilka produktkategorier som avses (se NJA 2018 s. 883 p. 11–12). Patent- och marknadsöverdomstolen har anført att det inte är möjligt att låta ett vitesförbud träffa helt andra produktkategorier än de som har prövats i målet (se Patent- och marknadsöverdomstolens dom den 5 december 2019 i mål nr PMT 2054-18).

Domstolen har funnit att förbud ska meddelas mot SundaHus. Med hänsyn till nämnda praxis beaktar domstolen följande vid utformningen av vitesförbuden. Av utredningen är inte visat annat än att marknadsföringen avsett SundaHus tjänst rörande bedömningar av byggmaterialprodukter, varför förbuden bör begränsas till att omfatta dessa tjänster. Förbuden ska konkretiseras så de träffar de konkreta handlingar eller påståenden som domstolen funnit otillbörliga, och andra likvärdiga handlingar eller påståenden med väsentligen samma innebörd.

Förbuden ska utformas på sätt som framgår av domslutet.

Ett förbud enligt 23 § marknadsföringslagen ska enligt 26 § förenas med vite om det inte av särskilda skäl är obehövt. Sådana skäl saknas här.

Ett vite ska bestämmas till ett belopp som med hänsyn till vad som är känt om vitesadressatens ekonomiska förhållanden och till omständigheterna i övrigt kan antas förmå adressaten att följa förbudet. Vitet bör mot bakgrund av SundaHus årsomsättning samt omständigheterna i övrigt bestämmas till en miljon kr.

### **Rättegångskostnader**

Patent- och marknadsdomstolens bedömning i målet innebär att Sveff har haft full framgång med vad som gjorts gällande under yrkande 1.1–1.3. Vidare anser domstolen att Sveff får anses som vinnande part såvitt avser 30 av de 45 påståendena eller framställningarna under yrkande 2. Samtidigt har domstolen ogillat Sveffs talan avseende yrkandena 3 och 4 samt för 15 av de 45 påståendena eller framställningarna under yrkande 2. SundaHus å sin sida får ses som vinnande part dels avseende yrkandena 3 och 4, dels avseende 15 av de 45 påståendena eller framställningarna under yrkande 2.

Vid en samlad bedömning anser domstolen att parterna avseende huvudfrågorna i målet har ömsom vunnit och ömsom förlorat på ett sådant sätt att vardera part i enlighet med 18 kap. 4 § rättegångsbalken ska stå sin egen rättegångskostnad.

Det som återstår för domstolen att pröva är SundaHus yrkande om ersättning för rättegångskostnader avseende SundaHus arbete hänförligt till avvisningsfrågorna i målet (jfr 18 kap. 14 § rättegångsbalken). Domstolen beslutade den 12 december 2024 att avvisa vissa av Sveff framställda yrkanden och omständigheter. SundaHus hade full framgång med sitt avvisningsyrkande. SundaHus har yrkat ersättning för rättegångskostnader avseende detta med 318 069 kr. Sveff har bestritt yrkandet och i huvudsak invänt att begärd ersättning inte varit skälig för tillvaratagande av SundaHus

rätt. Mot bakgrund av den skriftväxling mellan parterna som föregick domstolens prövning av avvisningsfrågan, inklusive förelägganden från domstolen till Sveff angående tydliggöranden av de yrkanden som skulle prövas, bedömer domstolen att SundaHus yrkade ersättning är skälig för tillvaratagande av SundaHus rätt. Sveff ska således ersätta SundaHus för bolagets kostnader såvitt avser avvisningsfrågorna.

### **Sekretessfrågor**

Sekretessbestämmelsen i 36 kap. 2 § offentlighets- och sekretesslagen ska fortsätta att vara tillämplig i enlighet med vad som anges i domslutet.

För uppgifter i handlingar som inte har lagts fram vid offentlig förhandling eller tagits in i dom eller beslut gäller sekretessregleringen fortsatt utan att något särskilt förordnande om detta ska göras i domslutet.

### **HUR MAN ÖVERKLAGAR**, se domsbilaga 16 (PMD-02)

Överklagande, ställt till Patent- och marknadsöverdomstolen, ska ha kommit in till Patent- och marknadsdomstolen senast den 11 juni 2025. Prövningstillstånd krävs.

Ylva Averstén

Josefin Park

Matilda Vikberg

STOCKHOLMS TINGSRÄTT  
Avd 5

Bilaga 9

Ink. 2024-04-22

Akt PMT 7254-24

Aktbil 10

 **SundaHus**  
iBinder Group

Invoice

STOCKHOLMS TINGSRÄTT  
PMD:MINKOM: 2024-04-22  
MÅLNR: PMT 7254-24  
AKTBIL: 10

OCR-number

Invoice date

2023-11-01

Due date

2023-12-01

Payment term

30 dagar

Att betala

SEK

Our reference

Sundahus Support

Customer nr.

VAT number

SE556245378601

Additional

SHMD Marketplace

Your reference

Reference

SHMD Marketplace

| Description                                                                                 | Quantity               | Period                  | Total |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-------------------------|-------|
| Your current amount of assessed building material in the platform is 45,00/ units per month | units                  | 2023-11-01 - 2023-11-30 |       |
|                                                                                             | <b>Subtotal amount</b> |                         |       |
|                                                                                             | <b>VAT amount</b>      |                         |       |
|                                                                                             | <b>Rounding</b>        |                         |       |
|                                                                                             | <b>Total amount</b>    |                         | SEK   |

SundaHus offers both assessments of building materials and the option to be seen in Swedens biggest marketplace of assessed building materials. From August 2023 there will be a subscription fee for being shown on our marketplace. For more information head to <https://ibinder.com/en/sundahus/portal/>

Use OCR-number as reference when paying the invoice.

Remarks against this invoice done after the first 8 days won't be taken into consideration.

After the due date, late payment interest of 8,5% will be charged to you.

For questions, please contact [support@sundahus.se](mailto:support@sundahus.se)

Sundahus i Linköping AB  
Teknikringen 10  
583 30 Linköping  
Sverige

Contact  
Email: [support@sundahus.se](mailto:support@sundahus.se)  
Web: [www.sundahus.se](http://www.sundahus.se)  
Company location: Linköping

Org No.  
556404-1373  
Moms reg. nr/VAT nr  
SE556404137301

Bank details  
Bankgiro 5740-9617  
IBAN SE57 1200 0000 0131 8023 3710  
SWIFT DABASESX

The company has an f-tax certificate.

STOCKHOLMS TINGSRÄTT  
Avd 5

Bilaga 10

Ink. 2024-04-22

Akt. PMT 7254-24

Aktbil. 11



Faktura

STOCKHOLMS TINGSRÄTT  
PMD:MINKOM: 2024-04-22  
MÅLNR: PMT 7254-24  
AKTBIL: 11

## OCR-nummer

Fakturadatum 2023-11-01

Förfallodatum 2023-12-01

Betaltingsvillkor 30 dagar

Att betala SEK

Vår kontaktperson

Sundahus Support

Kundnummer

Momsreg. Nr

Referens

SHMD Marketplace

Er kontaktperson

Er referens

SHMD Marketplace

| Beskrivning                                                          | Quantity   | Period                  | Totalt |
|----------------------------------------------------------------------|------------|-------------------------|--------|
| Ert nuvarande antal artiklar i plattformen är 54,00/ units per month | units      | 2023-11-01 - 2023-11-30 |        |
|                                                                      | Netto      |                         |        |
|                                                                      | Moms 25 %  |                         |        |
|                                                                      | Öresavr.   |                         |        |
|                                                                      | Att betala |                         | SEK    |

SundaHus erbjuder både bedömning av byggmaterialprodukter och möjlighet att synas i Sveriges största marknadsplats av bedömda byggmaterialprodukter. Från och med Augusti 2023 kommer det utgå en prenumerationsavgift för att synas på vår marknadsplats. För mer information, se <http://www.ibinder.com/sv/sundahus/portal/>

Vid betalning, ange OCR-nummer.

Övriga villkor: Anmärkningar mot denna faktura ej gjorda inom 8 dagar beaktas ej. Efter förfallodagen debiteras ränta med 8,5%

Vid ytterligare frågor – vänd dig till [support@sundahus.se](mailto:support@sundahus.se)Sundahus i Linköping AB  
Teknikringen 10  
583 30 Linköping  
SverigeKontakt  
Email: [support@sundahus.se](mailto:support@sundahus.se)  
Web: [www.sundahus.se](http://www.sundahus.se)  
Företagets säte: LinköpingOrg No.  
556404-1373  
Moms reg. nr/VAT nr  
SE556404137301Bankuppgifter  
Bankgiro 5740-9617  
IBAN SE57 1200 0000 0131 8023 3710  
SWIFT DABASESX

Företaget innehar F-skattebevis.

Ink. 2024-04-22  
Akt PMT 7254-24  
Aktbil 15

Bilaga 14



## Fakturapåminnelse

STOCKHOLMS TINGSRÄTT  
PMD:MINKOM: 2024-04-22  
MÅLNR: PMT 7254-24  
AKTBIL: 15OCR-nummer  
Fakturadatum 2023-12-31  
Förfallodatum 2024-01-30  
Betaltingsvillkor 30 dagar  
Att betala SEKVår kontaktperson Sundahus Support  
Momsreg. Nr  
Er kontaktperson  
Er referens SHMD MarketplaceKundnummer  
Referens SHMD Marketplace

| Beskrivning                                                                                     | Quantity   | Återstående att betala | Period                  | Totalt |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------------------|-------------------------|--------|
| Ert nuvarande antal artiklar i plattformen är 48,60/ units per month (19,00% discount included) | units      |                        | 2024-01-01 - 2024-10-31 |        |
|                                                                                                 | Netto      |                        |                         |        |
|                                                                                                 | Moms 25 %  |                        |                         |        |
|                                                                                                 | Öresavr.   |                        |                         |        |
|                                                                                                 | Att betala |                        |                         | SEK    |

SundaHus erbjuder både bedömning av byggmaterialprodukter och möjlighet att synas i Sveriges största marknadsplats av bedömda byggmaterialprodukter. Från och med Augusti 2023 kommer det utgå en prenumerationsavgift för att synas på vår marknadsplats. För mer information, se <http://ibinder.com/sv/sundahus/portal/>

Vid betalning, ange OCR-nummer

Övriga villkor: Anmärkningar mot denna faktura ej gjorda inom 8 dagar beaktas ej. Efter förfallodagen debiteras ränta med 8,5%

Reach out to [ekonomi@sundahus.se](mailto:ekonomi@sundahus.se) if you need a copy of your invoice or invoice reminder in English.  
(Om ni har betalat faktura de senaste dagarna kan ni bortse från denna påminnelse)

Sundahus i Linköping AB  
Teknikringen 10  
583 30 Linköping  
SverigeKontakt  
Email: [ekonomi@sundahus.se](mailto:ekonomi@sundahus.se)  
Web: [www.sundahus.se](http://www.sundahus.se)  
Företagets säte: LinköpingOrg No.  
556404-1373  
Moms reg. nr/VAT nr  
SE556404137301Bankuppgifter  
Bankgiro 5740-9617  
IBAN SE57 1200 0000 0131 8023 3710  
SWIFT DABASESX

Företaget innehar F-skattebevis.

Ink. 2024-04-22

Bilaga 15

Akt PMT 7254-24

Aktbil 16



## Fakturapåminnelse

STOCKHOLMS TINGSRÄTT  
PMD:MINKOM: 2024-04-22  
MÅLNR: PMT 7254-24  
AKTBIL: 16

## OCR-nummer

Fakturadatum

2023-11-30

Förfalldatum

2023-12-30

Betaltvillkor

30 dagar

Att betala

SEK

Vår kontaktperson

Sundahus Support

Kundnummer

Momsreg. Nr

Referens

SHMD Marketplace

Er kontaktperson

Er referens

SHMD Marketplace

| Återstående att betala                        |          |                         |        |
|-----------------------------------------------|----------|-------------------------|--------|
| Beskrivning                                   | Quantity | Period                  | Totalt |
| Ert nuvarande antal artiklar i plattformen är |          |                         |        |
| 54,00/ units per month                        | units    | 2023-12-01 - 2023-12-31 |        |
| Netto                                         |          |                         |        |
| Moms 25 %                                     |          |                         |        |
| Öresavr.                                      |          |                         |        |
| Att betala                                    |          |                         | SEK    |

SundaHus erbjuder både bedömning av byggmaterialprodukter och möjlighet att synas i Sveriges största marknadsplats av bedömda byggmaterialprodukter. Från och med Augusti 2023 kommer det utgå en prenumerationsavgift för att synas på vår marknadsplats. För mer information, se <http://ibinder.com/sv/sundahus/portal/>

Vid betalning, ange OCR-nummer.

Övriga villkor: Anmärkningar mot denna faktura ej gjorda inom 8 dagar beaktas ej. Efter förfalldagen debiteras ränta med 8,5%

Reach out to [ekonomi@sundahus.se](mailto:ekonomi@sundahus.se) if you need a copy of your invoice or invoice reminder in English.

(Om ni har betalat faktura de senaste dagarna kan ni bortse från denna påminnelse)

Sundahus i Linköping AB  
Teknikringen 10  
583 30 Linköping  
SverigeKontakt  
Email: [ekonomi@sundahus.se](mailto:ekonomi@sundahus.se)  
Web: [www.sundahus.se](http://www.sundahus.se)  
Företagets säte: LinköpingOrg No.  
556404-1373Moms reg. nr/VAT nr  
SE556404137301Bankuppgifter  
Bankgiro 5740-9617  
IBAN SE57 1200 0000 0131 8023 3710  
SWIFT DABASEX

Företaget innehar F-skattebevis.

Ink. 2024 -04- 22

## Bilaga 12

Akt ..... 100/11 7259-44

Aktbil ..... 13

**From:** Sundahus support Sweden <[support@sundahus.se](mailto:support@sundahus.se)>

Sent: den [REDACTED]

To: [REDACTED]

**Subject:** [REDACTED]

STOCKHOLMS TINGSRÄTT  
PMD:M

INKOM: 2024-04-22  
MÅLNR: PMT 7254-24  
AKTBIL: 13

**Caution:** This email originated from outside of the organization. Do not click links or open attachments unless you recognize the sender and know the content is safe.

Hej

Tack för ditt mail!

Fakturan du erhållit gäller era produkter som finns i SundaHus databas sedan 2003

byggeprosjekt under denna tid. Era produkter har hittills valts i olika

Avgiften på fakturan gäller en årsprenumeration för att visas på vår marknadsplats på SundaHus. På vår marknadsplats visas dina produkter upp för Sveriges största byggägare, entreprenörer och grossister som är i stort behov av fler hållbara byggmaterialprodukter. Du kan läsa mer om tjänsten här: <https://ddec1-0-en-ctp.trendmicro.com:443/wis/clicktime/v1/query?url=https%3a%2f%2fibinder.com%2fsv%2fsundahu s%2fportal%2f&umid=b913f567-8909-46f8-a76e-3bf449562afc&auth=af37b65d9818e66dc20e51c765637c1e4eef0da3-48e2cbdb75ecdff304650a76ed238c647ec37d580>

Orsakerna till vår nya affärsmodell är av flera anledningar. I och med att SundaHus numer är en del av iBinder har ni numer över 5000 potentiella projektkunder som kan se och välja era produkter. Vi har också expanderat in till Danmark. I och med denna satsning vill vi ge er som leverantörer en bättre service och kunna hålla produkterna uppdaterade och aktuella. Om ni inte vill behålla dem så avregistrerar vi produkterna och skickar kredit för de fakturor ni fått. Om ni väljer att avregistrera produkten som idag finns presenterade på marknadsplatsen kommer dessa att tas bort och inte längre vara valbara i fastighetsprojekt.

Återkom hur ni vill göra med prenumerationen, eller om du har några följdfrågor. Jag får önska en fortsatt fin dag!

Med vänliga hälsningar/Kind regards,

## SundaHus Support

SundaHus AB  
Teknikringen 10  
583 30 Linköping | Sweden  
[https://ddec1-0-en-  
ctp.trendmicro.com:443/wis/clicktime/v1/query?url=www.sundahus.se&umid=b913f567-8909-46f8-](https://ddec1-0-en-ctp.trendmicro.com:443/wis/clicktime/v1/query?url=www.sundahus.se&umid=b913f567-8909-46f8-)

[a76e-3bf449562afc&auth=af37b65d9818e66dc20e51c765637c1e4eef0da3-c5d4d5dd5e40351b2f48b8aaef1e1e16af63b9c3](#)  
Epost: [axel.nordstrom@sundahus.se](mailto:axel.nordstrom@sundahus.se)

----- Original Message -----

From: [REDACTED]  
Sent: [REDACTED]  
To: [ekonomi@sundahus.se](mailto:ekonomi@sundahus.se)  
Subject: [REDACTED]

Hej

Vi [REDACTED] bestrider bifogade faktura med [REDACTED] då den inte avser något som vi beställt.

Med vänlig hälsning / Best Regards

Ink. 2024-04-22

Från: [REDACTED]  
Skickat: den [REDACTED]  
Till: SundaHus <ekonomi@sundahus.se>  
Kopia: [REDACTED]  
Ämne: [REDACTED]

Akt ..... PMT 7254-24  
Aktbil ..... 19

STOCKHOLMS TINGSRÄTT  
PMD:M

INKOM: 2024-04-22  
MÅL NR: PMT 7254-24  
AKTBIL: 14

Hej!

Vi bestrider faktura med OCR-nummer [REDACTED] kopplad till Marketplace.  
Vi har tidigare bestridit liknande fakturor från er.

Vi anser inte att vi fått information i god tid om en sådan här väsentlig förändring och att det här strider mot konkurrenslagstiftning samt att ni utnyttjar er position i marknaden, på ett oacceptabelt sätt.

Vi är i kommunikation med vår branschförening i ärendet.

Med vänlig hälsning

[REDACTED]

Från: SundaHus <ekonomi@sundahus.se>  
Skickat: den [REDACTED]  
Till: [REDACTED]  
Kopia: [REDACTED]  
Ämne: [REDACTED]

Sundahus i Linköping AB har skickat en faktura till er som finns bifogad som en PDF-fil.  
E-mail: [ekonomi@sundahus.se](mailto:ekonomi@sundahus.se)  
Fakturanr: [REDACTED]  
Fakturadatum: 2024-01-31  
Förfallodatum: 2024-03-01

Sundahus i Linköping AB has sent you an invoice (attached as .pdf)  
E-mail: [ekonomi@sundahus.se](mailto:ekonomi@sundahus.se)  
Invoice number: [REDACTED]  
Invoice date: 2024-01-31

Due date: 2024-03-01

Från: Sundahus support Sweden <support@sundahus.se>

Skickat: [REDACTED]

Till: [REDACTED]

Ämne: [REDACTED]

Hej,

Tack för ditt mail!

Fakturan du erhållit gäller era produkter [REDACTED] som finns i SundaHus databas sedan [REDACTED]. Era produkter har hittills valts i [REDACTED] olika byggprojekt under denna tid.

Avgiften på fakturan gäller en årsprenumeration för att visas på vår marknadsplats på SundaHus. På vår marknadsplats visas dina produkter upp för Sveriges största byggägare, entreprenörer och grossister som är i stort behov av fler hållbara byggmaterialprodukter. Du kan läsa mer om tjänsten här: <https://ibinder.com/sv/sundahus/portal/>

Orsakerna till vår nya affärsmodell är av flera anledningar. I och med att SundaHus numer är en del av iBinder har ni numer över 5000 potentiella projektkunder som kan se och välja era produkter. Vi har också expanderat in till Danmark. I och med denna satsning vill vi ge er som leverantörer en bättre service och kunna hålla produkterna uppdaterade och aktuella. Om ni inte vill behålla dem så avregistrerar vi produkterna och skickar kredit för de fakturor ni fått. Om ni väljer att avregistrera produkten som idag finns presenterade på marknadsplatsen kommer dessa att tas bort och inte längre vara valbara i fastighetsprojekt.

Återkom hur ni vill göra med prenumerationen, eller om du har några följdfrågor. Jag får önska en fortsatt fin dag!

Med vänliga hälsningar/Kind regards,

[REDACTED]  
SundaHus Support

---

SundaHus AB  
Teknikringen 10  
583 30 Linköping | Sweden  
[www.sundahus.se](http://www.sundahus.se)  
Epost: [axel.nordstrom@sundahus.se](mailto:axel.nordstrom@sundahus.se)

## Introducering av SundaHus Marknadsplats

Vi vill ta chansen att dela en spännande nyhet gällande SundaHus, Sveriges största marknadsplats för hållbara byggprodukter.

**1. Marknadsplats för branschledare:** SundaHus är det främsta valet för Sveriges fastighetsägare, entreprenörer och byggprojekt som söker miljöbedömda och miljövänliga byggnadsmaterial.

**2. SundaHus - en del av iBinder:** Att SundaHus nu är en del av iBinder innebär att vi har över 5 000 företag inom bygg- och fastighetsbranschen som våra kunder i Norden och totalt har vi mer än 700 000 användare.

**3. SundaHus Marknadsplats är nu global:** Vi har nyligen lanserat SundaHus i Danmark och planerar att expandera till Finland, Norge, Europa och USA, vilket gör oss till ditt globala marknadsfönster för bedömda byggmaterial.

**4. Ny prenumerationsmodell:** Vi introducerar en ny prenumerationsmodell som är utformad för att erbjuda dig förbättrade funktioner, ökad tillgänglighet och en sömlös upplevelse när du söker hållbara material. Denna prenumeration är ditt verktyg för att marknadsföra dina produkter där dina kunder finns.

Den nya prenumerationsmodellen innebär att vi tar ut en mindre avgift för att er produkt visas på SundaHus Marknadsplats.

Tjänsten fungerar som en årsprenumeration och debiteras enligt nedan:

Priserna nedan avser per produkt beroende på totalt antal produkter ert företag har på marknadsplatsen.

| Intervall         | Pris vid månatlig fakturering | Pris vid årsvis fakturering |
|-------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| 1-5 produkter     | 75 kr                         | 68 kr                       |
| 6-50 produkter    | 60 kr                         | 54 kr                       |
| 51-250 produkter  | 50 kr                         | 45 kr                       |
| 251-500 produkter | 40 kr                         | 36 kr                       |
| 501+ produkter    | 30 kr                         | 27 kr                       |

Du kan läsa mer om SundaHus Marknadsplats på <https://ibinder.com/sv/sundahus/portal/>.

Tveka inte att kontakta oss om du har några frågor eller behöver mer information om vår nya prenumerationsmodell på [support@sundahus.se](mailto:support@sundahus.se).

Tack för att du är en del av SundaHus. Vi ser fram emot att kunna betjäna er ännu bättre på vår nya marknadsplats.

Med vänliga hälsningar,  
SundaHus Bedömningsteam

Sundahus i Linköping AB  
Teknikringen 10  
583 30 Linköping  
Sverige

Kontakt  
Email: [support@sundahus.se](mailto:support@sundahus.se)  
Web: [www.sundahus.se](http://www.sundahus.se)  
Företagets säte: Linköping

Org No.  
556404-1373  
  
Moms reg. nr/VAT nr  
SE556404137301

Bankuppgifter  
Bankgiro 5740-9617  
IBAN SE57 1200 0000 0131 8023 3710  
SWIFT DABASESX

Företaget innehar F-skattebevis.



Ink. 2024 -04- 2 2

Akt. PMT 7254-24

## ALLMÄNNA VILLKOR FÖR MILJÖBEDÖMNING UTG 3 – 2016-09-20 7

## 1 TILLÄMPLIGHET

SundaHus driver och tillhandahåller SundaHus Miljödata, en internetbaserad plattform som sammanställer miljöbedömda byggvaror ("Plattformen"). Via Plattformen kan användarna få tillgång till miljödata och bedömningar av olika produkter. SundaHus grundar sina bedömningar på information från tillverkare och leverantörer av byggvaror.

Dessa allmänna villkor tillämpas när SundaHus utför miljöbedömningar av produkter ("Tjänsten") på uppdrag av Kunden, och utgör en integrerad del av Avtalet. Hänvisningar till Avtalet innefattar även dessa allmänna villkor.

## 2 DEFINITIONER

De definierade termer som förekommer i dessa allmänna villkor ska ha den innebörd som anges i Avtalet samt följande innebörd:

"Avtalet" avser mellan Kunden och SundaHus ingånget skriftligt avtal om tillhandahållande av Tjänsten, eller annan överenskommelse där referens till dessa allmänna villkor görs,

"Immateriella Rättigheter" avser alla immateriella rättigheter som nu eller i framtiden ägs av SundaHus eller bolag i SundaHus koncern, oavsett territorium och oavsett om sådan immateriell rättighet uppstått genom registrering, inarbetning eller på annat sätt, såsom (i) firma, patent, bruksmönster, industriella mönster, handelsnamn, varumärken och upphovsrätter (såsom men inte begränsat till programvara, källkod, dokumentation, databaser, register, rapporter, band och allt annat material som kan erhålla upphovsrättsligt skydd), (ii) äganderätt till resultat som skapats immateriellt och som skyddas av sekretess, inklusive men inte begränsat till know-how och affärshemligheter, och (iii) alla ansökningar, förnyanden, tillägg, förlängningar och återupplivanden av sådana rättigheter som refereras till i denna definition,

"Kunden" avser den part med vilken SundaHus ingått Avtalet,

"Produkt" avser produkt som Tjänsten omfattar,

"Produktdata" avser all data, information och dokumentation avseende Produkten som samlas in av SundaHus som ett led i utförandet av Tjänsten eller som SundaHus i övrigt samlar in eller tar del av i syfte att fullgöra sina åtaganden enligt Avtalet, såsom men inte begränsat till information i säkerhetsdatablad, varuinformationsblad, byggvarudeklaration eller annan miljödeklaration som utgivits av Produktens tillverkare, distributör eller leverantör,

"Part" avser var och en av Kunden och SundaHus, och "Parterna" avser Kunden och SundaHus gemensamt,

"Resultatet" avser resultatet av Tjänsten, inklusive men utan begränsning till bedömningen och klassificeringen av Produkten, och

"SundaHus" avser SundaHus i Linköping AB (publ), org. nr 556404-1373.

## 3 TJÄNSTENS UTFÖRANDE

3.1 Tjänsten omfattar de Produkter som anges i Avtalet, samt de ytterligare Produkter som meddelas av sådan företrädare för Kunden som registrerats i enlighet med punkt 5.1 nedan.

3.2 Tjänsten utförs i enlighet med SundaHus vid var tid gällande bedömningskriterier. Kriterierna finns publicerade på SundaHus webbplats, <http://www.sundahus.se/>.

3.3 Vid utförandet av Tjänsten sammanställer SundaHus Produktens miljö- och hälsofarlighet baserat på insamlad och tillhandahållen Produktdata. Klassificeringen av de kemiska ämnen som ingår i Produkten baseras på European Chemicals Agencys ("ECHA") databaser, andra vedertagna databaser eller den egna bedömning som Produktens tillverkare, distributör eller leverantör tillhandahåller.

3.4 Om SundaHus erhåller uppdaterad, korrigerad eller kompletterande Produktdata har SundaHus rätt, men ingen skyldighet, att göra en förnyad bedömning av Produkten och uppdatera informationen i Plattformen i enlighet med ny Produktdata och det nya Resultatet. Detsamma gäller om bedömningskriterierna för Produkten förändras, oberoende av skälet därtill.

3.5 SundaHus har rätt att anlita underleverantör för fullgörande av sina skyldigheter enligt Avtalet eller del därav.

## 4 ANVÄNDANDE AV RESULTATET

4.1 När Tjänsten är utförd ska SundaHus publicera Resultatet och relevant Produktdata via Plattformen.

4.2 SundaHus har rätt att, självständigt eller i samarbete med tredje part, fritt och för valfritt syfte använda, modifiera, registrera, länka till eller på annat sätt tillgängliggöra Resultatet och all Produktdata även i andra sammanhang än via Plattformen.

4.3 Parternas avsikt är att Resultatet och all Produktdata ska göras allmänt tillgängligt i Plattformen. I undantagsfall kan SundaHus på Kundens begäran dölja viss Produktdata i Plattformen. SundaHus åtar sig därför att i Plattformen dölja Produktdata som enligt Avtalet ska vara sekretessbelagd under förutsättning att behovet av att dölja sådan Produktdata är tydligt angivet och motiverat i Avtalet.

## 5 KUNDENS ÅTAGANDE

5.1 Kunden ska via SundaHus webbplats ange de personer som är behöriga att meddela vilka Produkter som Tjänsten vid var tid omfattar.

5.2 Kunden ska tillhandahålla SundaHus sådan Produktdata och annat underlag som erfordras för utförandet av Tjänsten samt i övrigt utföra överenskomna åtgärder.

## 6 TIDPLAN

Med hänsyn till att omfattningen och komplexiteten i Produktdata och aktuella bedömningskriterier varierar mellan olika Produkter kan inte SundaHus lämna några garantier avseende leveranstider. Genomsnittlig tid för publicering av Resultatet avseende en Produkt är dock ungefär 15 arbetsdagar från att SundaHus erhållit erforderlig Produktdata och annat nödvändigt underlag.

STOCKHOLMS TINGSRÄTT

PMD:M

INKOM: 2024-04-22

MALNR: PMT 7254-24

AKTBIL: 7

**ALLMÄNNA VILLKOR FÖR MILJÖBEDÖMNING UTG 3 – 2016-09-20****7 PRIS OCH BETALNING**

- 7.1 För utförandet av Tjänsten har SundaHus rätt till ersättning i form av fast arvode enligt vad som anges i Avtalet, eller om inget fast arvode angivits, rörligt arvode enligt SundaHus vid var tid gällande timprislista.
- 7.2 Alla priser anges exklusive mervärdesskatt.
- 7.3 Om Kunden under avtalstiden meddelar att ytterligare Produkter ska omfattas av Tjänsten har SundaHus rätt till ytterligare ersättning i enlighet med Parternas överenskommelse. Om ingen överenskommelse träffas har SundaHus rätt till rörligt arvode i enlighet med punkt 7.1 ovan.
- 7.4 SundaHus fakturerar Kunden månadsvis. Betalning ska vara SundaHus tillhanda senast trettio (30) dagar efter fakturans utställningsdatum.
- 7.5 Vid Kundens dröjsmål med betalning har SundaHus rätt till dröjsmålsränta och påminnelseavgift enligt lag.

**8 IMMATERIELLA RÄTTIGHETER**

- 8.1 Samtliga Immateriella Rättigheter som uppstår genom SundaHus utförande av Tjänsten, inklusive men inte begränsat till Resultatet, är SundaHus exklusiva egendom.
- 8.2 SundaHus upplåter till Kunden en kostnadsfri, icke-exklusiv, begränsad licens att nyttja Resultatet i enlighet med vad som anges i Avtalet.

**9 FORCE MAJEURE**

- 9.1 Part är befriad från påföljd för underlåtenhet att fullgöra förpliktelse enligt Avtalet om underlåtenheten har sin grund i sådan befriande omständighet som ligger utanför Parts kontroll och som förhindrar fullgörandet därav, såsom men inte begränsat till extrema väderförhållanden (såsom, men inte begränsat till brand, torka, översvämning och extrem kyla) ras, krig, rekvisition, beslag, valutarestriktioner, uppror och upplöpp, knapphet på råvaror, allmän knapphet samt inskränkningar i tillförsel av drivkraft och arbetskonflikt vari inbegrips strejk, långvariga störningar i transporter, telekommunikation eller strömförsörjning. Motsvarande gäller om underleverantör eller ombud för SundaHus förhindras att utföra åtaganden för SundaHus räkning på grund av sådan befriande omständighet.
- 9.2 Om Part önskar åberopa befriande omständighet ska denna Part omedelbart underrätta den andra Parten om när händelsen påbörjades samt när den upphör. Om Part underlåter lämna sådant meddelande äger Parten inte rätt att åberopa omständigheten som befrielsegrund.
- 9.3 Tiden för fullgörande av relevant förpliktelse ska förlängas med den tid som den befriande omständigheten fortgick. Oavsett vad som i övrigt gäller enligt Avtalet, får vardera Part häva Avtalet genom skriftligt meddelande till den andra Parten om Avtalets fullgörande förskjuts med mer än 3 månader.

**10 ANSVAR**

- 10.1 Som framgår av punkt 3.3 ovan utförs Tjänsten baserat på Produktdata och bedömningskriterier som tillhandahålls av externa källor, såsom tillverkare och leverantörer av Produkterna samt ECHA och andra myndigheter. SundaHus har inte kontrollerat, och saknar möjlighet att kontrollera, om Produktdata och

kriterier är korrekta och fullständiga. SundaHus tar därför inget ansvar för eventuella fel eller brister i Tjänsten som är hänförliga till felaktig eller ofullständig Produktinformation eller till felaktiga eller ofullständiga bedömningskriterier. Denna ansvarsbegränsning gäller dock inte om SundaHus agerat grovt vårdslöst vid utförandet av Tjänsten.

- 10.2 Oberoende av vad som anges i punkt 10.1 ovan förbinder sig SundaHus att korrigera felaktig eller bristfällig information som registrerats i Plattformen utan oskäligt dröjsmål efter att felet eller bristen kommit till SundaHus kännedom.

**11 AVTALSTID**

- 11.1 Om ingen giltighetstid anges i Avtalet gäller Avtalet på obestämd tid. Vardera Part har rätt att säga upp Avtalet med beaktande av en ömsesidig uppsägningstid om tre (3) månader. Uppsägning av Avtalet ska ske skriftligen.
- 11.2 SundaHus har rätt att avbryta utförandet av Tjänsten och säga upp Avtalet till omedelbart upphörande om Kunden:
- (i) är i dröjsmål med betalning till SundaHus,
  - (ii) i väsentligt hänseende brister i fullgörelse av sina skyldigheter enligt Avtalet eller tillämplig lag och inte inom skälig tid efter påpekande vidtar rättelse, eller
  - (iii) inställer sina betalningar, påbörjar förhandlingar om uppgörelse med sina borgenärer, blir föremål för ansökan om konkurs, ger in ansökan om företagsrekonstruktion eller ackord eller dylikt, upphör med sin verksamhet, träder i likvidation eller en förvaltare utses beträffande alla eller delar av Kundens tillgångar.

- 11.3 Bestämmelser i Avtalet som till sin natur eller vad som särskilt angetts är avsedda att fortsätta äga tillämpning efter Avtalets upphörande ska så göra, inklusive men inte begränsat till punkterna 8, 10 och 13 i dessa allmänna villkor.

**12 ÖVERLÅTELSE**

Kunden har inte rätt att utan SundaHus skriftliga samtycke helt eller delvis överlåta eller pantsätta sina rättigheter och skyldigheter enligt Avtalet till tredje part. SundaHus har rätt att helt eller delvis överlåta eller pantsätta rättigheter och skyldigheter enligt Avtalet till tredje part.

**13 TILLÄMPLIG LAG OCH TVISTLÖSNING**

- 13.1 Svensk lag ska tillämpas på Avtalet.
- 13.2 Tvister som uppstår i anledning av Avtalet ska avgöras av svensk allmän domstol med Linköpings tingsrätt som första instans.

SundaHus - Efficient solutions x SundaHus - Trygghet för fastig Svenska Dagbladet 6 april 2024 x +

sundahus.se

**SundaHus** iBinder Group Om oss Support Logga in Skapa konto

# Trygghet för fastighetsägare

SundaHus erbjuder ett brett utbud av tjänster för medvetna materialval.

Fotograf: Marie Eriksson, Kommunikationsenheten Landstinget Dalarna

**Nyheter**

- 2024-03-07 [SundaHus Miljödata ger stöd för BREEAM-SE 6.0](#)
- 2024-02-28 [Välkommen till vårt nya leverantörsportal-beställningsformulär](#)
- 2024-01-10 [Ny loginlösning för ökad säkerhet](#)
- 2023-06-21 [Nyhetsbrev Q2 - Glad sommar!](#)

20°C Överväg. moln. Sök

10:56 2024-04-06

Avd 5  
Ink. 2024-04-22  
Akt. PMT 7254-24  
Aktbil. 18

STOCKHOLMS TINGSRÄTT  
PMD:M  
INKOM: 2024-04-22  
MÅLN.R: PMT 7254-24  
AKTBIL: 18

SundaHus - Efficient solutions | x +

sundahus.se/en/

**SundaHus** iBinder Group

About us Support Login

# Efficient solutions for conscious material choices

We provide structured material information management within the construction industry

Photographer: Marie Eriksson, Kommunikationsenheten Landsfinget Dalarna

2020-09-29 World Circular Economy Forum recognizes SundaHus as an inspiring example

18°C Soligt

Sök

09:30 2024-04-06

STOCKHOLMS TINGSRÄTT  
PMD:M  
INKOM: 2024-04-22  
MÅLN.R: PMT 7254-24  
AKTBIL: 19

STOCKHOLMS TINGSRÄTT  
INK. 2024-04-22  
Akt ..... PMT 7254-24  
Aktbil ..... 19

Om oss | SundaHus i Linköping x +

sundahus.se/om-oss/

**SundaHus** iBinder Group

Om oss Support Logga in Skapa konto

## Bolagsinfo

SundaHus erbjuder fastighetsägare trygghet, nu och i framtiden, genom ett brett utbud av tjänster för medvetna materialval. Med ett webbaserat system och kvalificerad rådgivning är SundaHus en helhetslösning för att systematisera arbetet med att fasa ut farliga ämnen i en byggnads hela livscykel.

SundaHus i Linköping AB (publ) grundades 1990 som ett konsultbolag för en bättre inomhusmiljö och är idag en ledande aktör på området medvetna materialval.

## Vision

Vår vision är att skapa en långsiktigt värdefull byggd miljö genom att möjliggöra medvetna beslut som främjar människors hälsa och miljön.

## Mission

Vi hjälper företag och organisationer med att skapa långsiktigt värdefulla byggda miljöer genom enkla och effektiva lösningar för medvetna materialval.

För att förvalta och utveckla vår höga trovärdighet och position i marknaden är transparens och kvalitet centralt i allt vi gör.

Med IT som bas, hög kompetens inom bygg, miljö och kemi samt ett väl utvecklat samarbete med kunder och partners vill vi vara en naturlig del i våra kunders processer.

## Affärsidé

Vår affärsidé är att, som oberoende företag, sälja strukturerad information och konsulttjänster för en hållbar utveckling inom bygg- och fastighetssektorn.

## Miljö- och kvalitetspolicy

SundaHus ska arbeta för en hållbar utveckling genom att skapa förutsättningar för våra kunder att minska sin miljöbelastning. SundaHus strävar efter att alltid ha kunden i fokus samt ständigt förbättra vår miljöprestanda genom att

2°C Molnigt

Sök

09:50 2024-04-18

STOCKHOLMS TINGSRÄTT  
Ave 5

Ink. 2024-04-22

Akt. PMT 7254-24

Aktbil. 20

STOCKHOLMS TINGSRÄTT  
PMD:MINKOM: 2024-04-22  
MÅLN.R: PMT 7254-24  
AKTBIL: 20

Browser: About us | SundaHus i Linköping | x +  
Address: sundahus.se/en/about-us/

**SundaHus** iBinder Group

About us Support Login

## SundaHus i Linköping AB (publ)

Contact Employees Membership Billing information

### Company Information

SundaHus offers property owners security, now and in the future, through a wide range of services for environmentally conscious material choices. With a web-based system and qualified counseling, SundaHus is a comprehensive solution for systematic efforts at phasing out hazardous substances in a building's lifecycle.

SundaHus i Linköping AB (publ) was founded in 1990 as a consulting company for the improvement of indoor environmental quality. Today it's a leading player in the field of health and environmental assessments of building materials.

#### Vision

Our vision is to be the leading international supplier of environmental material data and related consultant services. We endeavor to provide the most professional service in our field and strive towards a society that has substituted the use of hazardous substances.

#### Business Concept

Our mission, as an independent company, is to provide structured material data and consulting services for sustainable development in the construction and property sectors.

### Environmental policy

SundaHus should work towards sustainable development by creating opportunities for our customers to reduce their environmental impact. SundaHus strives for continuous improvement of the environmental aspects in the construction and property sectors by:

- providing accessible material data about products and their disposal in order to prevent the spread of

2°C Molnigt 09:52 2024-04-18

STOCKHOLMS TINGSRÄTT  
Avd 5Ink. 2024-04-22  
Akt. PMT 7254-24  
Aktbil. 21STOCKHOLMS TINGSRÄTT  
PMD:M  
INKOM: 2024-04-22  
MÅLN.R: PMT 7254-24  
AKTBIL: 21

SundaHus Material Data | Sund... x SundaHus Miljödata | SundaHu... x +

sundahus.se/tjanster/miljodata/

**SundaHus** iBinder Group Om oss Support Logga in Skapa konto

# SundaHus Miljödata

## Verktøget för effektivt och resultatorienterat arbete med medvetna materialval

SundaHus Miljödata Statistik Licenser Bedömningar

Ingen vill bygga med farliga ämnen men tyvärr går det inte alltid att undvika. Därför ger SundaHus Miljödata dig fullt stöd i att göra medvetna materialval, dvs att undvika produkter med farliga ämnen samt att dokumentera produktvalen. Genom dokumentation på kemisk ämnesnivå skapar systemet förutsättningar för att ha kontroll på innehållet i en byggnad över tid.

SundaHus Miljödata är marknadens ledande system för medvetna materialval inom bygg- och fastighetsbranschen. Systemet innehåller en mängd

SundaHus Testprodukt A1

INKOM: 2024-04-22  
MÅLN.R: PMT 7254-24  
AKTBIL: 22

20°C  
Delvis soligt

10:02  
2024-04-06

STOCKHOLMS TINGSRÄTT  
Avd 5

Ink. 2024-04-22

Akt. PMT 7254-24

Aktbil. 22

STOCKHOLMS TINGSRÄTT  
PMD:MINKOM: 2024-04-22  
MÅLN.R: PMT 7254-24  
AKTBIL: 22

SundaHus Material Data | SundaHus

sundahus.se/en/services/material-data/

**SundaHus** iBinder Group

About us Support **Login**

# SundaHus Material Data

The tool for effective and result-oriented work with environmentally conscious material choices.

SundaHus Material Data Statistics Licenses SundaHus Assessment

No one wants to construct buildings with hazardous substances; unfortunately we cannot always avoid them. SundaHus Material Data provides full support in making environmentally conscious material choices, i.e., to avoid products containing hazardous substances and to document product choices. SundaHus Material Data provides the opportunity to monitor the contents of a building over time through reliable product documentation.

SundaHus Material Data is the market leader for environmentally conscious material choices within the construction and property markets. The system provides a variety of features which contribute to the time and cost effective use in the entire construction and management process.



SundaHus Material Data in the construction and management process

Plan Do Check Act

2°C Molnigt

Sök

10:05 2024-04-19

STOCKHOLMS TINGSRÄTT  
Avd 5

Ink. 2024-04-22  
Akt. PMT 7254-24  
Aktbil. AS



STOCKHOLMS TINGSRÄTT  
PMD:M  
INKOM: 2024-04-22  
MÅLN.R: PMT 7254-24  
AKTBIL: 23

SvD Svenska Dagbladet 6 april 2024 x Projekttagare | SundaHus i L x +

sundahus.se/intressenter/projekttagare/

**SundaHus** iBinder Group Om oss Support Logga in Skapa konto

## Varför SundaHus Miljödata?



Som arkitekt, konsult eller entreprenör har du en viktig roll i beställarens arbete med medvetna materialval. Genom att du har ett verktyg för att söka efter produkter som inte innehåller farliga ämnen och kan dokumentera dina produktval i SundaHus Miljödata bidrar du till en trygg och hållbar framtid för dina kunder.

SundaHus Miljödata innehåller en mängd funktioner som innebär att beställare kan arbeta systematiskt med medvetna materialval. Dessutom är det marknads största system med bedömda byggvaror. Genom SundaHus Miljödata får du som arkitekt, konsult eller entreprenör ett verktyg som innebär att du enkelt, kostnads- och tidseffektivt kan verifiera beställarens krav.

22°C  
Delvis soligt

Sök

11:55  
2024-04-06

STOCKHOLMS TINGSRÄTT  
Ave 5Ink. 2024-04-22  
Akt. PMT 7254-24  
Aktbil. 24STOCKHOLMS TINGSRÄTT  
PMD:M  
INKOM: 2024-04-22  
MÅLN.R: PMT 7254-24  
AKTBIL: 24



## Hur man överklagar

Dom i tvistemål, Patent- och marknadsdomstolen

PMD-02

Vill du att domen ska ändras i någon del kan du överklaga. Här får du veta hur det går till.

### Överklaga skriftligt inom 3 veckor

Ditt överklagande ska ha kommit in till domstolen inom 3 veckor från domens datum. Sista datum för överklagande finns på sista sidan i domen.

### Överklaga efter att motparten överklagat

Om ena parten har överklagat i rätt tid, har den andra parten också rätt att överklaga även om tiden har gått ut. Det kallas att anslutningsöverklaga.

En part kan anslutningsöverklaga inom en extra vecka från det att överklagandetiden har gått ut. Ett anslutningsöverklagande måste alltså komma in inom 4 veckor från domens datum.

Ett anslutningsöverklagande upphör att gälla om det första överklagandet dras tillbaka eller av något annat skäl inte går vidare.

### Så här gör du

1. Skriv Patent- och marknadsdomstolens namn och målnummer.
2. Förklara varför du tycker att domen ska ändras. Tala om vilken ändring du vill ha och varför du tycker att Patent- och marknadsöverdomstolen ska ta upp ditt överklagande (läs mer om prövnings-tillstånd längre ner).

3. Tala om vilka bevis du vill hänvisa till. Förklara vad du vill visa med varje bevis. Skicka med skriftliga bevis som inte redan finns i målet.

Det är inte säkert att du kan lägga fram nya bevis. Vill du göra det ska du förklara varför du inte lagt fram bevisen tidigare.

Vill du ha nya förhör med någon som redan förhörts eller en ny syn (till exempel besök på en plats), ska du berätta det och förklara varför.

Tala också om ifall du vill att motparten ska komma personligen vid en huvudförhandling.

4. Lämna namn och personnummer eller organisationsnummer.

Lämna aktuella och fullständiga uppgifter om var domstolen kan nå dig: postadresser, e-postadresser och telefonnummer.

Om du har ett ombud, lämna också ombudets kontaktuppgifter.

5. Skriv under överklagandet själv eller låt ditt ombud göra det.
6. Skicka eller lämna in överklagandet till Patent- och marknadsdomstolen. Du hittar adressen i domen.

### Vad händer sedan?

Patent- och marknadsdomstolen kontrollerar att överklagandet kommit in i rätt tid. Har det kommit in för sent avvisar domstolen överklagandet. Det innebär att domen gäller.

Om överklagandet kommit in i tid, skickar domstolen överklagandet och alla handlingar i målet vidare till Patent- och marknadsöverdomstolen.

Har du tidigare fått brev genom förenklad delgivning, kan även Patent- och marknadsöverdomstolen skicka brev på detta sätt.

## **Prövningstillstånd i Patent- och marknadsöverdomstolen**

När överklagandet kommer in till Patent- och marknadsöverdomstolen tar domstolen först ställning till om målet ska tas upp till prövning.

Patent- och marknadsöverdomstolen ger prövningstillstånd i fyra olika fall.

- Domstolen bedömer att det finns anledning att tvivla på att Patent- och marknadsdomstolen dömt rätt.
- Domstolen anser att det inte går att bedöma om Patent- och marknadsdomstolen har dömt rätt utan att ta upp målet.
- Domstolen behöver ta upp målet för att ge andra domstolar vägledning i rätts-tillämpningen.
- Domstolen bedömer att det finns synnerliga skäl att ta upp målet av någon annan anledning.

Om du *inte* får prövningstillstånd gäller den överklagade domen. Därför är det viktigt att i överklagandet ta med allt du vill föra fram.

## **Vill du veta mer?**

Ta kontakt med Patent- och marknadsdomstolen om du har frågor. Adress och telefonnummer finns på första sidan i domen.

Mer information finns på [www.domstol.se](http://www.domstol.se).