

SFS nr: **1995:450**

Departement/myndighet: **Jordbruksdepartementet**

Rubrik: **Marknadsföringslag (1995:450)**

Utfärdad: **1995-04-27**

Ändring införd: **t.o.m. SFS 2006:1020**

---

#### Lagens syfte

1 § Denna lag har till syfte att främja konsumenternas och näringslivets intressen i samband med marknadsföring av produkter och att motverka marknadsföring som är otillbörlig mot konsumenter och näringsidkare.

#### Lagens tillämpningsområde

2 § Lagen tillämpas då näringsidkare marknadsför eller själva efterfrågar produkter i sin näringsverksamhet.

Lagen tillämpas också på sådana TV-sändningar över satellit som omfattas av radio- och TV-lagen (1996:844).

Lag (1996:861).

#### Definitioner

3 § I denna lag avses med

produkter: varor, tjänster, fast egendom, arbetstillfällen och andra nyttigheter,

marknadsföring: reklam och andra åtgärder i näringsverksamhet som är ägnade att främja avsättningen av och tillgången till produkter,

god marknadsföringssed: god affärssed eller andra vedertagna normer som syftar till att skydda konsumenter och näringsidkare vid marknadsföring av produkter,

elektronisk post: ett adresserat eller på annat sätt individualiserat elektroniskt meddelande i form av text, röst, ljud eller bild som sänds via ett allmänt kommunikationsnät och som kan lagras i nätet eller i mottagarens terminalutrustning tills mottagaren hämtar det. Lag (2004:103).

Krav på marknadsföringen

Allmänna krav

4 § Marknadsföringen skall stämma överens med god marknadsföringssed och även i övrigt vara tillbörlig mot konsumenter och näringsidkare.

Vid marknadsföringen skall näringsidkaren lämna sådan information som är av särskild betydelse från konsumentens synpunkt.

Reklamidentifiering

5 § All marknadsföring skall utformas och presenteras så att det tydligt framgår att det är fråga om marknadsföring.

Det skall också tydligt framgå vem som svarar för marknadsföringen.

Vilseledande reklam

6 § En näringsidkare får vid marknadsföringen inte använda påståenden eller andra framställningar som är vilseledande i fråga om näringsidkarens egen eller någon annan näringsidkares näringsverksamhet.

Detta gäller särskilt framställningar som avser

1. produktens art, mängd, kvalitet och andra egenskaper,
2. produktens ursprung, användning och inverkan på hälsa eller miljö,
3. produktens pris, grunderna för prissättningen och betalningsvillkoren,
4. näringsidkarens egna eller andra näringsidkares kvalifikationer, ställning på marknaden, kännetecken och andra rättigheter,
5. belöningar och utmärkelser som har tilldelats näringsidkaren.

## Vilseledande förpackningsstorlekar

7 § En näringsidkare får vid marknadsföringen inte använda förpackningar som genom sin storlek eller yttre utformning i övrigt är vilseledande i fråga om produktens mängd, storlek eller form.

## Vilseledande efterbildningar

8 § En näringsidkare får vid marknadsföringen inte använda efterbildningar som är vilseledande genom att de lätt kan förväxlas med någon annan näringsidkares kända och särpräglade produkter. Detta gäller dock inte efterbildningar vilkas utformning huvudsakligen tjänar till att göra produkten funktionell.

## Jämförande reklam

8 a § En näringsidkare får i sin reklam direkt eller indirekt peka ut en annan näringsidkare eller dennes produkter, bara om jämförelsen

1. inte är vilseledande,
2. avser produkter som svarar mot samma behov eller är avsedda för samma ändamål,

3. på ett objektivt sätt avser väsentliga, relevanta, kontrollerbara och utmärkande egenskaper hos produkterna,
4. inte medför förväxling mellan näringsidkaren och en annan näringsidkare eller mellan deras produkter, varumärken, firmor eller andra kännetecken,
5. inte misskrediterar eller är nedsättande för en annan näringsidkares verksamhet, förhållanden, produkter, varumärken, firma eller andra kännetecken,
6. i fråga om varor med ursprungsbeteckning alltid avser varor med samma beteckning,
7. inte drar otillbörlig fördel av en annan näringsidkares varumärkes, firmas eller andra känneteckens renommé eller varas ursprungsbeteckning, och
8. inte framställer en produkt som en imitation eller kopia av en produkt som har ett skyddat varumärke eller firma.

Vid en jämförelse som avser ett särskilt erbjudande skall det på ett klart och entydigt sätt framgå när erbjudandet upphör att gälla eller, om det särskilda erbjudandet är beroende av tillgången på produkten, de begränsningar som då gäller för det. Om det särskilda erbjudandet ännu inte har börjat gälla,

skall det klart och entydigt också framgå när specialpriset eller de andra särskilda villkoren börjar gälla.

Lag (2000:129).

#### Konkursutförsäljningar

9 § En näringsidkare får vid marknadsföringen använda uttrycket "konkurs", ensamt eller i förening med något annat uttryck, bara om produkterna bjuds ut av konkursboet eller för dess räkning.

#### Utförsäljningar

10 § En näringsidkare får vid marknadsföring av produkter använda uttrycken "slutförsäljning", "utförsäljning" eller "upphör" eller något annat uttryck med motsvarande innebörd, bara om

1. det är fråga om en slutförsäljning av näringsidkarens hela varulager eller en klart avgränsad del av det,
2. försäljningen sker under en begränsad tid, och
3. priserna är väsentligt lägre än näringsidkarens normala priser för motsvarande produkter.

#### Realisationer

11 § En näringsidkare får vid marknadsföring av produkter använda uttrycket *ÉrealisationÉ* eller något annat uttryck med motsvarande innebörd, bara om

1. försäljningen avser produkter som ingår i näringsidkarens ordinarie sortiment,

2. försäljningen sker under en begränsad tid, och

3. priserna är väsentligt lägre än näringsidkarens normala priser för motsvarande produkter.

Obeställda produkter m. m.

12 § En näringsidkare får vid marknadsföringen inte leverera produkter till någon som inte uttryckligen har beställt dem och därvid vilseleda mottagaren om dennes betalningsskyldighet.

En näringsidkare får vid marknadsföringen inte heller i annat fall tillställa någon fakturor, inbetalningsavier eller liknande meddelanden avseende produkter som inte uttryckligen har beställts och därvid vilseleda mottagaren om dennes betalningsskyldighet.

Lag (1995:1472).

Förmånserbjudanden

13 § En näringsidkare, som vid marknadsföringen erbjuder köparen att förvärva ytterligare produkter utan ersättning eller till ett särskilt lågt pris eller erbjuder köparen andra särskilda förmåner, skall lämna tydlig information om

1. villkoren för att utnyttja erbjudandet,
2. erbjudandets beskaffenhet och värde, samt
3. de tidsgränser och andra begränsningar som gäller för erbjudandet.

#### Garantier

13 a § En näringsidkare, som vid marknadsföringen erbjuder sig att genom en garanti eller liknande utfästelse under en viss tid svara för en produkt eller del därav eller för en egenskap hos produkten, skall vid försäljningen lämna köparen tydlig information om utfästelsens innehåll och de uppgifter som är nödvändiga för att köparen skall kunna göra den gällande. Information skall även lämnas om att köparens rättigheter enligt lag inte påverkas av utfästelsen.

Utfästelsen och informationen skall lämnas i en handling eller i någon annan läsbar och varaktig form som är tillgänglig för köparen. Lag (2002:565).



## Obeställd reklam

13 b § En näringsidkare får vid marknadsföring till en fysisk person använda elektronisk post, telefax eller sådana uppringningsautomater eller andra liknande automatiska system för individuell kommunikation som inte betjänas av någon enskild, bara om den fysiska personen har samtyckt till det på förhand.

Har näringsidkaren fått den fysiska personens uppgifter om elektronisk adress för elektronisk post i samband med försäljning av en produkt till personen, gäller inte kravet på samtycke enligt första stycket, om

1. den fysiska personen inte motsatt sig att uppgiften om elektronisk adress används i marknadsföringssyfte med användande av elektronisk post,
2. marknadsföringen avser näringsidkarens egna, likartade produkter och
3. den fysiska personen klart och tydligt ges möjlighet att kostnadsfritt och enkelt motsätta sig att uppgiften används i marknadsföringssyfte när den samlas in och vid varje följande marknadsföringsmeddelande. Lag (2004:103).

13 c § Vid marknadsföring med elektronisk post skall meddelandet alltid innehålla en giltig adress till vilken mottagaren kan sända en begäran om att marknadsföringen skall upphöra. Detta gäller även vid marknadsföring till en juridisk person. Lag (2004:103).

13 d § En näringsidkare får använda andra metoder för individuell kommunikation på distans än sådana som avses i 13 b §, om inte den fysiska personen tydligt motsatt sig att metoden används. Lag (2004:103).

Förbud och ålägganden

Förbud mot fortsatt marknadsföring av ett visst slag

14 § En näringsidkare vars marknadsföring strider mot god marknadsföringssed eller på något annat sätt är otillbörlig mot konsumenter eller näringsidkare får förbjudas att fortsätta med den marknadsföringen eller att vidta någon annan liknande åtgärd.

Ett förbud enligt första stycket får meddelas också

1. en anställd hos näringsidkaren,
2. någon annan som handlar på näringsidkarens vägnar, och

3. var och en som i övrigt väsentligt har bidragit till marknadsföringen.

Åläggande att lämna information

15 § En näringsidkare som vid sin marknadsföring låter bli att lämna sådan information som är av särskild betydelse från konsumentsynpunkt får åläggas att lämna sådan information.

Ett sådant åläggande får meddelas också

1. en anställd hos näringsidkaren, och
2. någon annan som handlar på näringsidkarens vägnar.

16 § Ett åläggande enligt 15 § får innehålla en skyldighet att lämna informationen

1. i annonser eller andra framställningar som näringsidkaren använder vid marknadsföringen,
2. genom märkning på varan eller i annan form på säljstället, eller
3. i viss form till konsumenter som begär det.

Åläggande att tillhandahålla tekniska hjälpmedel

16 a § En tjänsteleverantör enligt lagen (2002:562) om elektronisk handel och andra informationssamhällets tjänster som i strid med 10 § i den lagen låter bli att tillhandahålla sådana tekniska hjälpmedel som avses där får åläggas att tillhandahålla hjälpmedlen. Lag (2002:565).

Otjänliga produkter

17 § En näringsidkare som marknadsför sådana produkter som är avsedda att användas av konsumenter för privat bruk och som är uppenbart otjänliga för sitt huvudsakliga ändamål, får förbjudas att fortsätta med det.

Om det behövs för att motverka en marknadsföring som avses i första stycket, får också en näringsidkare som tillverkar, importerar eller annars marknadsför produkten till andra näringsidkare förbjudas att fortsätta med det.

Ett förbud enligt första och andra styckena får meddelas också

1. en anställd hos näringsidkaren, och
2. någon annan som handlar på näringsidkarens vägnar.

18 § Förbud enligt 17 § får inte meddelas, om det i författning eller i beslut av en myndighet har meddelats särskilda föreskrifter om produkten med samma syfte som förbudet skulle fylla.

Vite

19 § Ett förbud enligt 14 eller 17 § och ett åläggande enligt 15 eller 16 a § skall förenas med vite, om det inte av särskilda skäl är obehövt. Lag (2002:565).

Interimistiska beslut

20 § Rätten får meddela förbud enligt 14 eller 17 § eller åläggande enligt 15 eller 16 a § att gälla tills vidare, om

1. käranden visar sannolika skäl för sin talan, och
2. det skäligen kan befaras att svaranden genom att vidta eller låta bli att vidta en viss handling minskar betydelsen av ett förbud eller åläggande.

I fråga om beslut enligt första stycket tillämpas 15 kap. 5 § andra - fjärde styckena samt 6 och 8 §§ rättegångsbalken. Beslutet får verkställas genast. Lag (2002:565).

Förelägganden

21 § I fall som inte är av större vikt får

Konsumentombudsmannen meddela föreläggande om

1. förbud som avses i 14 eller 17 § (förbuds föreläggande),
2. åläggande som avses i 15 § (informationsföreläggande), eller
3. åläggande som avses i 16 a §.

Föreläggandet skall förenas med vite.

För att bli gällande skall näringsidkaren godkänna föreläggandet omedelbart eller inom en viss tid. Om föreläggandet har godkänts, gäller det som en lagakraftvunnen dom.

Ett godkännande som sker efter den utsatta tiden gäller inte.

Lag (2002:565).

Marknadsstörningsavgift

Förutsättningar för avgift

22 § En näringsidkare får åläggas att betala en särskild avgift (marknadsstörningsavgift), om näringsidkaren eller någon

som handlar på näringsidkarens vägnar uppsåtligen eller av oaktsamhet har brutit mot någon bestämmelse i 5-13 och 13 c §§.

Detsamma gäller om en näringsidkare eller någon som handlar på dennes vägnar uppsåtligen eller av oaktsamhet bryter mot någon av bestämmelserna i 14 § första stycket andra och tredje meningarna eller 14 a § första stycket 2 tobakslagen (1993:581), 4 kap. 10 § alkohollagen (1994:1738), 7 kap. 3, 4 eller 10 § radio- och TV-lagen (1996:844) eller, när det gäller ett erbjudande som inte är riktat bara till andra än konsumenter, 11 § lagen (1995:1571) om insättningsgaranti eller 8 § lagen (2004:299) om inlåningsverksamhet.

Vad som sägs i första och andra styckena gäller också en näringsidkare som uppsåtligen eller av oaktsamhet väsentligt har bidragit till överträdelsen.

Avgiften tillfaller staten. Lag (2004:315).

23 § Marknadsstörningsavgift får inte åläggas någon för en överträdelse av ett förbud eller en underlåtelse att följa ett åläggande som har meddelats vid vite enligt denna lag.

Avgiftens storlek

24 § Marknadsstörningsavgiften skall fastställas till lägst fem

tusen kronor och högst fem miljoner kronor.

Avgiften får inte överstiga tio procent av näringsidkarens årsomsättning. Årsomsättningen skall avse omsättningen närmast föregående räkenskapsår. Om överträdelsen har skett under näringsidkarens första verksamhetsår eller om uppgifter om årsomsättning annars saknas eller är bristfälliga, får årsomsättningen uppskattas.

Riktas talan mot flera näringsidkare, skall avgiften fastställas särskilt för var och en av dem.

25 § När marknadsstörningsavgift fastställs skall särskild hänsyn tas till hur allvarlig överträdelsen är och hur länge den har pågått.

I ringa fall skall någon avgift inte dömas ut. Avgiften får efterges, om det finns synnerliga skäl för det.

## Preskription

26 § Marknadsstörningsavgift får dömas ut bara om stämningsansökan har delgetts den som anspråket riktar sig mot inom fem år från det att överträdelsen upphörde.

27 § En marknadsstörningsavgift faller bort, om domen inte har kunnat verkställas inom fem år från det att den vann laga kraft.



## Kvarstad

28 § För att säkerställa ett anspråk på marknadsstörningsavgift får rätten besluta om kvarstad. Därvid gäller föreskrifterna i 15 kap. rättegångsbalken om kvarstad för fordran.

28 a § Marknadsstörningsavgift skall betalas till Kammarkollegiet inom trettio dagar efter det att domen vunnit laga kraft eller den längre tid som anges i domen.

Om avgiften inte betalas inom den tid som anges i första stycket, skall Kammarkollegiet lämna den obetalda avgiften för indrivning. Bestämmelser om indrivning finns i lagen (1993:891) om indrivning av statliga fordringar m.m. Lag (2006:1020).

## Skadestånd

29 § Den som uppsåtligen eller av oaktsamhet bryter mot ett förbud eller ett åläggande som har meddelats med stöd av 14, 15 eller 16 a § eller mot en föreskrift i 5-13 d §§, skall ersätta den skada som därigenom uppkommer för en konsument eller någon annan näringsidkare.

Vid bestämmande av ersättningen till näringsidkare får hänsyn tas även till omständigheter av annan än ekonomisk art.

Lag (2004:103).

30 § Rätten till skadestånd faller bort, om talan inte väcks inom fem år från det att skadan uppkom.

Utplånande m. m. av vilseledande framställningar

31 § Vid överträdelse av ett vitesförbud enligt 14 § eller av en föreskrift i 5--13 §§ får rätten efter vad som är skäligt besluta att vilseledande framställning som finns på vara, förpackning, trycksak, affärshandling eller liknande skall utplånas eller ändras så att den inte längre är vilseledande. Om detta syfte inte kan uppnås på något annat sätt, får rätten besluta att egendomen skall förstöras.

Säkerhetsåtgärder

32 § Om käranden visar sannolika skäl för bifall till ett yrkande enligt 31 § och det skäligen kan befaras att svaranden genom att vidta eller att låta bli att vidta en viss handling minskar betydelsen av ett beslut om utplånande, får rätten besluta om lämplig åtgärd att gälla tills vidare. I fråga om en sådan åtgärd gäller 15 kap. 3 § andra stycket, 5 § andra -- fjärde styckena samt 6 och 8 §§ rättegångsbalken. Beslutet får verkställas genast.

Framställs ett yrkande enligt 31 § i ett mål om utdömmande av vite som har förelagts med stöd av denna lag gäller i stället för

bestämmelserna i första stycket att egendomen får tas i beslag.

Därvid tillämpas föreskrifterna i 27 kap. rättegångsbalken om beslag i brottmål. Beslutet får verkställas genast.

33 § Beslut att utplåna vilseledande framställningar enligt 31 § och beslut om säkerhetsåtgärd enligt 32 § meddelas på yrkande av part av den domstol där en rättegång om förbud enligt 14 §, marknadsstörningsavgift enligt 22 § eller skadestånd enligt 29 § pågår.

Beslut att utplåna framställningar på grund av överträdelse av ett vitesförbud enligt 14 och 19 §§ får meddelas på yrkande av part av den domstol där en rättegång om utdömande av vitet pågår.

Upplysningsskyldighet m. m.

34 § En näringsidkare är skyldig att på uppmaning av

Konsumentombudsmannen

1. yttra sig och lämna de upplysningar som behövs i ett ärende om tillämpningen av denna lag,

2. tillhandahålla de handlingar, varuprover och liknande som kan ha betydelse för utredningen i ett ärende där beslut om förbud eller åläggande enligt 14, 15, 16 a eller 17 § kan antas komma i fråga. Lag (2002:565).

35 § Den som har meddelats ett förbud eller åläggande enligt 14, 15, 16 a eller 17 § är skyldig att på uppmaning av Konsumentombudsmannen tillhandahålla de upplysningar, handlingar, varuprover och liknande som behövs för tillsynen över att förbudet eller åläggandet följs. Lag (2002:565).

36 § Om en uppmaning enligt 34 eller 35 § inte följs, får Konsumentombudsmannen förelägga den som berörs att fullgöra sin skyldighet vid vite.

37 § Konsumentombudsmannen får lämna ersättning för sådana varuprover och liknande som avses i 34 och 35 §§, om det finns särskilda skäl för det.

Regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer får meddela föreskrifter om skyldighet för en näringsidkare att ersätta Konsumentombudsmannens kostnader för provtagning och undersökning av prov i fall som avses i 35 §.

Var och av vem talan får väckas

Förbud och ålägganden

38 § Talan om förbud eller åläggande enligt 14, 15, 16 a eller 17 § väcks vid Marknadsdomstolen. Om samma kändande, eller en

annan kärande i samråd med denne, samtidigt väcker en talan om marknadsstörningsavgift enligt 22 § eller skadestånd enligt 29 § med anledning av marknadsföringen, skall dock en talan om förbud eller åläggande väckas vid Stockholms tingsrätt.

Talan om förbud eller åläggande får väckas av

1. Konsumentombudsmannen,
2. en näringsidkare som berörs av marknadsföringen, och
3. en sammanslutning av konsumenter, näringsidkare eller löntagare.

Ett interimistiskt beslut enligt 20 § meddelas av den domstol där en rättegång enligt första stycket pågår. Lag (2002:565).

Marknadsstörningsavgift

39 § Talan om marknadsstörningsavgift enligt 22 § väcks vid Stockholms tingsrätt av Konsumentombudsmannen.

Om Konsumentombudsmannen i ett visst fall beslutar att inte föra talan om marknadsstörningsavgift får en enskild näringsidkare som berörs av marknadsföringen och en sammanslutning av näringsidkare väcka en sådan talan.

Beslut om kvarstad enligt 28 § meddelas av den domstol där en rättegång om marknadsstörningsavgift pågår. Om talan ännu inte har väckts gäller i fråga om behörig domstol vad som föreskrivs i första stycket.

Utdömning av vite

40 § Talan om utdömning av vite som har förelagts med stöd av denna lag väcks vid en tingsrätt som är behörig enligt 10 kap. rättegångsbalken. En sådan talan får alltid väckas vid Stockholms tingsrätt.

Talan får väckas av den som har begärt vitesföreläggandet och av Konsumentombudsmannen.

Skadestånd

41 § Talan om skadestånd enligt 29 § väcks vid Stockholms tingsrätt. En sådan talan får även väckas vid en tingsrätt som är behörig enligt 10 kap. rättegångsbalken.

Överklagande

42 § Konsumentombudsmannens beslut enligt 34 § 1 och om vitesföreläggande efter en sådan uppmaning får inte överklagas.

Konsumentombudsmannens beslut enligt 34 § 2 och 35 § samt om vitesföreläggande efter en sådan uppmaning överklagas hos Stockholms tingsrätt. Detsamma gäller beslut om ersättning enligt 37 § eller enligt föreskrifter som meddelats med stöd av nämnda paragraf.

43 § Tingsrätts domar och beslut i mål och ärenden enligt denna lag överklagas hos Marknadsdomstolen. Domar och beslut i mål om utdömmande av vite som har förelagts med stöd av denna lag överklagas dock hos hovrätt enligt vad som föreskrivs i lagen (1985:206) om viten.

Beslut under rättegången i frågor som avses i 20 § och 32 § första stycket får överklagas särskilt. Besluten skall vid handläggningen i Marknadsdomstolen anses röra åtgärd enligt 15 kap. rättegångsbalken.

#### Rättskraft

44 § En dom i vilken frågan om förbud enligt 14 eller 17 § eller åläggande enligt 15 eller 16 a § har prövats, hindrar att en ny talan enligt 14, 15, 16 a eller 17 § väcks med anledning av marknadsföringen. En sådan dom hindrar dock inte att samma fråga prövas på nytt när ändrade förhållanden föranleder det.

Lag (2002:565).

Rättens sammansättning m. m.

45 § Vid huvudförhandling i mål enligt denna lag skall Stockholms tingsrätt bestå av fyra ledamöter, av vilka två skall vara lagfarna domare och två ekonomiska experter. En av de lagfarna domarna skall vara rättens ordförande.

Om det sedan huvudförhandlingen har påbörjats inträffar förfall för en av ledamöterna, är rätten ändå domför.

Vid huvudförhandling i fall som avses i 1 kap. 3 a § andra och tredje styckena rättegångsbalken och vid avgörande av mål utan huvudförhandling, liksom vid handläggning som inte sker vid huvudförhandling skall tingsrätten bestå av en lagfaren domare, om inte annat följer av 46 §. I sådana fall får dock även en ekonomisk expert delta i tingsrätten.

46 § Vid avgörande av mål utan huvudförhandling och vid prövning av frågor som hör till rättegången får Stockholms tingsrätt ha den sammansättning som anges i 45 § första stycket, om det finns särskilda skäl för det med hänsyn till målets eller frågans beskaffenhet.

47 § I mål som bara rör skadestånd enligt 29 § får Stockholms tingsrätt ha den sammansättning som följer av 1 kap. 3 a, 3 c och 3 d §§ rättegångsbalken.

48 § Vid handläggning av ärenden som avses i 42 § andra stycket



skall Stockholms tingsrätt bestå av en lagfaren domare eller av en lagfaren domare och en ekonomisk expert. Om det finns särskilda skäl med hänsyn till ärendets beskaffenhet, får tingsrätten dock ha den sammansättning som anges i 45 § första stycket. Lag (1996:270).

49 § Regeringen förordnar för viss tid dem som skall tjänstgöra som ekonomiska experter enligt 45 §. Inträffar medan en ekonomisk expert deltar i behandlingen av ett mål eller ärende en omständighet som medför att förordnandet skall upphöra att gälla, skall förordnandet oberoende därav anses ha fortsatt giltighet såvitt avser det pågående målet eller ärendet.

Den som skall tjänstgöra som ekonomisk expert skall vara svensk medborgare och får inte vara underårig eller i konkurstillstånd eller ha förvaltare enligt 11 kap. 7 § föräldrabalken.

## Rättegångsbestämmelser

Handläggningen vid Stockholms tingsrätt och Marknadsdomstolen

50 § Om något annat inte följer av denna lag, skall föreskrifterna i rättegångsbalken om tvistemål där förlikning om saken inte är tillåten tillämpas på mål om förbud eller åläggande enligt 14, 15, 16 a eller 17 § och mål om marknadsstörningsavgift enligt 22 §.

I mål om skadestånd enligt 29 § gäller vad som är föreskrivet i rättegångsbalken om tvistemål där förlikning om saken är tillåten.

I ärenden som avses i 42 § andra stycket gäller lagen (1996:242) om domstolsärenden, om något annat inte följer av denna lag. Lag (2002:565).

51 § /Upphör att gälla U:den dag regeringen bestämmer/  
När Marknadsdomstolen handlägger mål och ärenden efter överklagande enligt 43 §, skall vad som sägs i 49, 50 och 52 kap. rättegångsbalken och i 39 § första stycket lagen (1996:242) om domstolsärenden om hovrätten i stället gälla Marknadsdomstolen. Lag (1999:114).

51 § /Träder i kraft I:den dag regeringen bestämmer/  
När Marknadsdomstolen handlägger mål och ärenden efter överklagande enligt 43 §, skall det som sägs om hovrätten i 49, 50 och 52 kap. rättegångsbalken och i 39 § första stycket lagen (1996:242) om domstolsärenden i stället gälla Marknadsdomstolen. Prövningstillstånd krävs dock inte för att Marknadsdomstolen skall pröva tingsrättens avgörande.  
Lag (2005:706).

52 § Om en talan enligt denna lag har väckts av någon annan än Konsumentombudsmannen, skall rätten underrätta ombudsmannen om

rättegången.

När ett mål om marknadsstörningsavgift eller skadestånd väcks, skall tingsrätten underrätta Marknadsdomstolen om rättegången.

Lag (1999:114).

#### Kumulation

53 § Mål om skadestånd enligt 29 § får i tingsrätt endast förenas med annat mål enligt denna lag.

#### Intervention

54 § I mål om förbud eller åläggande enligt 14, 15, 16 a eller

17 § har den som har talerätt enligt 38 § andra stycket rätt

att delta i rättegången som intervenient enligt 14 kap.

rättegångsbalken. Lag (2002:565).

#### Rättegångskostnader

55 § I mål enligt denna lag gäller i fråga om

rättegångskostnader 18 kap. rättegångsbalken. Bestämmelsen i 18

kap. 16 § rättegångsbalken skall dock inte tillämpas i mål om

förbud eller åläggande enligt 14, 15, 16 a eller 17 §. I sådana

mål får rätten bestämma att var och en av parterna skall svara

för sina rättegångskostnader. Lag (2002:565).

## Utevaro

56 § För Konsumentombudsmannen som part i mål och ärenden enligt denna lag gäller, i fråga om föreläggande för part och parts utevaro, vad som i rättegångsbalken är föreskrivet för åklagare.

## Övriga bestämmelser

57 § Regeringen kan med avseende på främmande stat bestämma att följande skall gälla.

Beträffande en vara som är försedd med en oriktig eller vilseledande ursprungsbeteckning, genom vilken varan direkt eller indirekt anges vara frambragd eller tillverkad i den främmande staten eller i en region eller ort i den främmande staten, får åtgärd enligt 31 § beslutas även i andra fall än som avses där. Detta gäller dock inte om beteckningen enligt handelsbruk endast tjänar att märka ut varans art eller om den åtföljs av en uppgift som tydligt anger att varan inte har frambragts eller tillverkats i den angivna staten eller på den angivna orten.

Talan om åtgärd enligt andra stycket väcks vid Stockholms tingsrätt av Konsumentombudsmannen eller, om denne har beslutat att inte väcka talan, av någon som driver rörelse med varor av samma slag som den vara som talan avser.

## Övergångsbestämmelser

1995:450

1. Denna lag träder i kraft den 1 januari 1996, då marknadsföringslagen (1975:1418) skall upphöra att gälla.
2. Bestämmelserna i 4--13 §§ tillämpas också på marknadsföring som har vidtagits före ikraftträdandet, om inte åtgärden var tillåten enligt äldre föreskrifter. För sådan marknadsföring gäller dock att marknadsstörningsavgift enligt 22 § inte får dömas ut och att frågan om skadestånd skall bedömas enligt äldre föreskrifter.
3. Förbud och ålägganden samt förbuds- och informationsförelägganden som har meddelats enligt äldre föreskrifter gäller fortfarande.
4. Mål om skadestånd, förbud eller ålägganden där talan har väckts före ikraftträdandet handläggs enligt äldre föreskrifter.

1996:861

1. Denna lag träder i kraft den 1 december 1996.
2. Bestämmelsen i 22 § i sin nya lydelse tillämpas endast på överträdelser som ägt rum efter ikraftträdandet.

1999:114

1. Denna lag träder i kraft den 1 april 1999.

2. Ett mål som vid ikraftträdandet är under handläggning i Stockholms tingsrätt men som enligt de nya bestämmelserna i stället skall handläggas av Marknadsdomstolen skall lämnas över dit, om det kommit in till tingsrätten efter utgången av juni 1998. Åtgärder som har vidtagits under handläggningen i tingsrätten skall för de mål som överlämnas anses ha vidtagits av Marknadsdomstolen.

---