



SVEA HOVRÄTT
Patent- och
marknadsöverdomstolen
Rotel 020110

DOM
2022-03-25
Stockholm

Mål nr
PMT 13193-20

Sid 1 (14)

ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE

Patent- och marknadsdomstolens dom 2020-10-23 i mål nr PMT 6297-18, se bilaga A

PARTER

Klagande

1. Hunton Fiber AB, 556506-1974
Gustavsgatan 34
216 11 Limhamn

2. Hunton Fiber AS
Niels Ødesgaards gate 8
2815 Gjøvik
Norge

Ombud för 1 och 2: Advokaten G.A.

Ombud för 1 och 2: Advokaten J.G.

Motpart

Föreningen Swedisol, 826000-7193
Box 190
101 23 Stockholm

Ombud: Advokaterna D.T. och M.Z.

SAKEN

Otillbörlig marknadsföring

Patent- och marknadsöverdomstolens domslut, se nästa sida.

Dok.Id 1777448

Postadress
Box 2290
103 17 Stockholm

Besöksadress
Birger Jarls Torg 16

Telefon
08-561 670 00
08-561 675 00

E-post: svea.hovratt@dom.se
www.patentochmarknadsoverdomstolen.se

Telefax

Expeditionstid
måndag – fredag
09:00–16:30

DOMSLUT

1. Patent- och marknadsöverdomstolen ändrar Patent- och marknadsdomstolens dom på följande sätt.

- a) Med ändring av punkterna 1 e) och k) i Patent- och marknadsdomstolens domslut förbjuds vart och ett av Hunton Fiber AB och Hunton Fiber AS, vid vite om 1 000 000 kr vardera, att vid marknadsföring av träfiberisolering i Sverige använda följande påståenden
 - i. "Genom att använda Hunton Nativo Träfiberisolering bidrar du till att minska utsläppen av CO₂ och andra växthusgaser", på sätt som skett enligt Patent- och marknadsdomstolens domsbilaga 3, och
 - ii. "Hunttons bygglösningar bidrar till mindre utsläpp av klimatgaser", på sätt som skett enligt Patent- och marknadsdomstolens domsbilaga 6, eller andra påståenden med väsentligen samma innebörd.
- b) Med ändring av vad som anges i punkterna 1 a)–d), f), g), i), j) och l)–u), 2 och 3 i Patent- och marknadsdomstolens domslut bestäms vitesbeloppet för vart och ett av Hunton Fiber AB och Hunton Fiber AS till 1 000 000 kr.

2. Hunton Fiber AB och Hunton Fiber AS ska solidariskt ersätta Föreningen Swedisols rättegångskostnad i Patent- och marknadsöverdomstolen med 621 020 kr, varav 470 000 kr avser ombudsarvode, jämte ränta på det förstnämnda beloppet enligt 6 § räntelagen från dagen för denna dom till dess betalning sker.

YRKANDEN

Hunton Fiber AB och Hunton Fiber AS (Huntonbolagen) har yrkat att Patent- och marknadsöverdomstolen ska

- avslå Föreningen Swedisols (Swedisol) käromål i de delar som omfattas av punkterna 1 e) och k) i Patent- och marknadsdomstolens domslut,
- sätta ner vitesbeloppets storlek till 700 000 kr i punkterna 1, 2 och 3 i Patent- och marknadsdomstolens domslut, och
- för det fall att överklagandet vinner framgång i sak, ändra punkten 5 i Patent- och marknadsdomstolens domslut på så sätt att Huntonbolagen
 - endast ska ersätta 1 100 000 kr av Swedisols ombudskostnader,
 - endast ska ersätta 85 000 kr av Swedisols utlägg för partssakkunnige M.H., och
 - befrias från skyldigheten att ersätta Swedisol med 35 000 kr avseende kostnader för eget arbete.

Swedisol har motsatt sig att Patent- och marknadsdomstolens dom ändras.

Parterna har yrkat ersättning för sina rättegångskostnader i Patent- och marknadsöverdomstolen.

PARTERNAS TALAN

Parterna har i överklagade delar åberopat samma grunder och utformat sin talan på i huvudsak samma sätt som vid Patent- och marknadsdomstolen, dock med de justeringarna att Hunton Fiber AS inte längre förnekar att bolaget är ansvarigt för den aktuella marknadsföringen och att Swedisol inte längre gör gällande medverkansansvar för Hunton Fiber AS.

Vidare har Swedisol förtydligat att de marknadsföringspåståenden som omfattas av punkterna 1 e) och k) i Patent- och marknadsdomstolens domslut förekom på Hunton Fiber AB:s webbplats den 7 maj 2018.

UTREDNINGEN

På Huntonbolagens begäran har Patent- och marknadsöverdomstolen tagit del av underrättens ljud- och bildupptagningar av förhören med T.V., T.L. och partssakkunnige E.S.. På Swedisols begäran har underrättens ljud- och bildupptagning av förhöret med partssakkunnige M.H. spelats upp. Dessutom har det hållits tilläggsförhör med de partssakkunniga E.S. och M.H..

Parterna har i överklagade delar åberopat i huvudsak samma skriftliga bevisning som vid Patent- och marknadsdomstolen. Därutöver har viss ny skriftlig bevisning åberopats i Patent- och marknadsöverdomstolen. Den nya bevisningen har avsett artiklar m.m. som de partssakkunniga har hänvisat till i sina utlåtanden i Patent- och marknadsöverdomstolen samt rapporter och annat material som publicerats efter Patent- och marknadsdomstolens avgörande.

DOMSKÄL

Inledning

Målet i Patent- och marknadsöverdomstolen handlar om dels huruvida två miljöpåståenden som Huntonbolagen använt vid marknadsföring har varit otillbörliga och ska förbjudas, dels huruvida de vitesbelopp för Huntonbolagen som underrätten bestämt ska ändras.

I den förstnämnda delen är fråga om de påtalade miljöpåståendena har varit ovederhäftiga och därför vilseledande enligt 10 § marknadsföringslagen (2008:486) eller i vart fall oförenliga med kravet på god marknadsföringssed enligt 5 § marknadsföringslagen.

För det fall Huntonbolagen skulle få framgång med överklagandet, har Patent- och marknadsöverdomstolen även att pröva bolagens yrkande om viss ändring av det som underrätten beslutat i frågan om rättegångskostnader.

Frågan om de påtalade marknadsföringspåståendena är otillbörliga och ska förbjudas

Några rättsliga utgångspunkter

Patent- och marknadsöverdomstolen ansluter sig i allt väsentligt till det som underrätten har redogjort för i avsnitten om de rättsliga utgångspunkterna och allmänt om påståenden avseende miljöegenskaper (s. 18–22 i domen), med följande tillägg.

Innan vederhäftigheten i ett påstående 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. Om den som ansvarar för marknadsföringen inte fullgör sin bevisskyldighet, anses påståendena ifråga vara ovederhäftiga. (Se t.ex. MD 2016:2 punkterna 28 och 29 och Patent- och marknadsöverdomstolens dom den 8 juli 2020 i mål nr PMT 9082-18.)

När det gäller marknadsföring med miljöargument ställs höga krav på marknadsföringens vederhäftighet. I praxis har det också 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 produkternas miljöfördelar. (Se bl.a. MD 2011:12 och MD 2014:9 punkterna 80 och 81.)

Enligt 10 § marknadsföringslagen gäller, som Patent- och marknadsdomstolen har framhållit, att en näringsidkare vid marknadsföringen inte får använda sig av felaktiga påståenden eller andra framställningar som är vilseledande i fråga om näringsidkarens egen eller någon annans näringsverksamhet. Av paragrafen framgår att detta särskilt

gäller framställningar som rör bl.a. produktens ursprung, användning och risker såsom inverkan på hälsa och miljö (andra stycket 2).

Av 8 § marknadsföringslagen framgår att marknadsföring som är vilseledande enligt bl.a. 10 § är att anse som otillbörlig, om den påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut (det s.k. transaktionstestet). De aktuella paragraferna genomför delar av artiklarna 6 och 7 i direktivet 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder i svensk rätt (se prop. 2007/08:115 s. 146 och 148). Enligt artikel 5.4 a) i direktivet ska affärsmetoder anses otillbörliga, om de är vilseledande enligt artiklarna 6 eller 7.

En direktivkonform tolkning av förhållandet mellan 8 och 10 § marknadsföringslagen förutsätter att frågan om vilseledande prövas inom ramen för transaktionstestet. Det innebär att sådana oriktiga – eller ovederhäftiga – uppgifter som träffas av 10 § är vilseledande och därmed otillbörliga, om de påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut på det sätt som följer av artikel 5.4 och artikel 6 i direktivet. Det är alltså endast sådana oriktiga – eller ovederhäftiga – uppgifter som kan påverka mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut som är vilseledande i direktivets mening. Men om uppgifterna är vilseledande på detta sätt följer av direktivet att de också ska anses otillbörliga. (Se Patent- och marknadsöverdomstolens dom den 8 juli 2020 i mål nr PMT 9082-18.)

Vid tidpunkten för den i målet aktuella marknadsföringen – den 7 maj 2018 – gällde ICC:s Regler för reklam och marknadskommunikation från 2011 (2018 års version publicerades på engelska i september 2018). I kapitel E finns ett särskilt avsnitt om användningen av miljöpåståenden i marknadsföring.

Genomsnittskonsumenten

Patent- och marknadsöverdomstolen ansluter sig till den bedömning som Patent- och marknadsdomstolen har gjort i fråga om genomsnittskonsumenten (se s. 20 och 21 i domen). Att marknadsföringen har avsett s.k. sällanköpsvaror påverkar inte denna bedömning.

De påtalade marknadsföringspåståendena

På webbplatsen hunton.se förekom den 7 maj 2018 följande påståenden.

e) "Genom att använda Hunton Nativo Träfiberisolering bidrar du till att minska utsläppen av CO₂ och andra växthusgaser" (underrättens domsbilaga 3),

k) "Hunttons bygglösningar bidrar till mindre utsläpp av klimatgaser" (underrättens domsbilaga 6).

Vid bedömningen av hur de påtalade marknadsföringspåståendena uppfattas av genomsnittskonsumenten måste beaktas att de förekom på det svenska bolagets webbplats och i ett sammanhang där Huntonbolagens träfiberisolering och andra byggprodukter marknadsfördes. I anslutning till påståendena fanns jämförelser med andra slags bygg- och isoleringsmaterial. Påståendenas språkliga uppbyggnad, särskilt när det gäller påståendet under e), ger intryck av att avsikten varit att förmedla att Huntonbolagens aktuella produkter ur ett klimatperspektiv var mindre dåliga – eller till och med bättre – än konkurrerande produkter. Mot denna bakgrund bedömer Patent- och marknadsöverdomstolen att påståendena har varit ägnade att ge genomsnittskonsumenten uppfattningen att konsumenten genom att använda Huntonbolagens aktuella produkter bidrar till mindre utsläpp av koldioxid och andra klimatgaser jämfört med om konsumenten skulle använda andra jämförbara produkter.

Som angetts ovan åligger det Huntonbolagen att visa att marknadsföringspåståendena har varit vederhäftiga och med hänsyn till att det är fråga om miljöpåståenden ställs det höga krav på vederhäftigheten.

Huntonbolagen har åberopat sakkunnigbevisning och skriftlig bevisning för att visa att den lagring av koldioxid som sker under produkternas livstid är större än de utsläpp som produkterna orsakar. Enligt Huntonbolagen framgår detta genom en beräkningsmetod för s.k. dynamisk livscykelanalys, enligt vilken utsläpp som beräknas ske efter en livslängd motsvarande eller överstigande 100 år inte anses medföra någon klimat-effekt och där klimateffekten av utsläpp mellan år 0 och 100 är linjärt avtagande. Om denna metod används innebär det, något förenklat, att produkterna anses släppa ut endast 40 procent av den lagrade koldioxiden vid förbränning som sker efter 60 år (vilket är den livslängd som träfiberisolering antas ha), jämfört med 100 procent, om produkterna hade förbränts direkt. Metoden innebär således att lagrad koldioxid som ostridigt släpps ut vid förbränning efter ett visst antal år inte behöver räknas med.

Användandet av den beräkningsmetod som den sakkunnige för Huntonbolagen lyft fram har ifrågasatts av Swedisols sakkunnige. Utifrån det underlag som Huntonbolagen presenterat kan Patent- och marknadsöverdomstolen inte heller dra slutsatsen att det finns stöd för att beräkningsmetoden, varken vid tidpunkten för marknadsföringen eller i dagsläget, är generellt accepterad och erkänd för att mäta och jämföra olika byggprodukters utsläpp av koldioxid och andra klimatgaser (jfr artikel E1 i ICC:s Regler för Reklam och Marknadskommunikation från 2011). Snarare framgår det av de artiklar m.m. som åberopats att det vanliga alltjämt är att inte beräkna utsläppen utifrån en dynamisk livscykel samt att frågan om och hur kolinlagring under en produkts livscykel bör tillgodoräknas är föremål för debatt (se t.ex. rapporten Enova, Klimavennlige byggematerialer, potensial for utslippskutt og barrierer mot bruk, s. 54, samt artiklarna Hoxha m.fl., Biogenic carbon in buildings: a critical overview of LCA methods, s. 1, och Head m.fl., Dynamic greenhouse gas life cycle inventory and impact profiles of wood used in Canadian buildings, s. 1 f.). Enligt Patent- och marknadsöverdomstolen har således Huntonbolagen inte visat att den av bolagen förespråkade metoden att beräkna utsläpp av koldioxid och andra klimatgaser kan användas generellt vid jämförelse av sådana produkter som är aktuella i målet.

Till detta kommer att Huntonbolagen inte har presenterat någon utredning som är direkt inriktad på att visa att Huntonbolagens produkter bidrar till mindre utsläpp av

koldioxid och andra klimatgaser än jämförbara produkter. I vilken utsträckning som mineralull och andra på marknaden förekommande isoleringsprodukter faktiskt släpper ut koldioxid och andra klimatgaser har, med undantag för viss begränsad information om en mineralullsprodukt, inte åberopats av Huntonbolagen. Det kan då noteras att mineralull visserligen kan vara dominerande på marknaden för isolering, men att det också förekommer andra isoleringsmaterial (se t.ex. rapporten Peeters m.fl., Life cycle assessment of ten insulation materials in different types of building walls). Eftersom det saknas uppgifter om jämförbara isoleringsmaterials utsläpp av klimatgaser, har det heller inte funnits någon egentlig möjlighet för domstolen att bedöma om påståendena, med deras relativa innebörd, har varit vederhäftiga.

I sammanhanget noterar Patent- och marknadsöverdomstolen även att påstående k) till sin lydelse inte avser enbart träfiberisolering, utan Huntonbolagens bygglösningar i stort. Någon utredning till stöd för att Huntonbolagens olika bygglösningar skulle bidra till mindre utsläpp av klimatgaser än andra jämförbara bygglösningar har över huvud taget inte presenterats.

Sammanfattningsvis finner Patent- och marknadsöverdomstolen att Huntonbolagen inte har visat att de påtalade marknadsföringspåståendena har varit vederhäftiga. Påståendena har, enligt Patent- och marknadsöverdomstolen, påverkat konsumentens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut och har därför varit vilseledande och otillbörliga enligt 8 och 10 § marknadsföringslagen.

Förbud

Patent- och marknadsöverdomstolen har funnit att de aktuella marknadsföringspåståendena har varit otillbörliga. Huntonbolagen ska därför, som även Patent- och marknadsdomstolen kommit fram till, förbjudas enligt 23 § marknadsföringslagen att använda dessa påståenden vid marknadsföring av träfiberisolering i Sverige.

När det gäller utformningen av förbuden har Patent- och marknadsdomstolen angett att dessa ska gälla också andra formuleringar med väsentligen samma innebörd som påstår

eller ger intryck av att byggnader som innehåller Hunton Fibers träfiberisolering är bättre för miljön än byggnader som innehåller mineralull. Enligt Patent- och marknadsöverdomstolen är det tillräckligt att det i förbuden anges att de omfattar även andra påståenden med väsentligen samma innebörd (se även föregående avsnitt om hur Patent- och marknadsöverdomstolen bedömer att genomsnittskonsumenten uppfattar innebörden av påståendena). Patent- och marknadsdomstolens dom ska i överklagade delar ändras i enlighet med detta.

Förbuden ska, som Patent- och marknadsdomstolen funnit, förenas med vite. Patent- och marknadsöverdomstolen återkommer nedan till vitesbeloppens storlek.

Vitesbeloppens storlek

Rättsliga utgångspunkter

Vitet ska fastställas till ett belopp som med hänsyn till vad som är känt om adressatens ekonomiska förhållanden och till omständigheterna i övrigt kan antas förmå adressaten att följa föreläggandet (3 § lagen, 1985:206, om viten). Vitet ska bestämmas så att det blir verkningsfullt och därmed avhåller adressaten från att bryta mot det föreläggande som har meddelats. Ett riktmärke bör därför vara att vitet bestäms till ett belopp som gör att det inte är ekonomiskt mer fördelaktigt för adressaten att bryta mot förbudet eller åläggandet än att upphöra med den otillbörliga marknadsföringen. (Se NJA 2018 s. 883 punkten 20.)

En faktor att ta hänsyn till när ett vite bestäms är hur angeläget och betydelsefullt det samhällsintresse är som ska skyddas genom ett förbud eller åläggande, varvid det allmänna intresset av att marknadsrättsliga förbud följs är betydande. I det enskilda fallet kan det föreligga omständigheter som förstärker det intresset ytterligare eller som indikerar vad som krävs för att den person som är aktuell ska följa förbudet. Det finns därför skäl att ta hänsyn också till adressatens tidigare agerande och omfattningen av de åtgärder som träffas av förbudet eller åläggandet. Även karaktären av den otillbörliga marknadsföringen, liksom marknadsföringsåtgärdernas omfattning och

storleken av de ekonomiska intressen som berörs, bör ges betydelse vid bedömningen.
(Se NJA 2018 s. 883 punkterna 23 och 24.)

Bedömningen i detta fall

Huntonbolagen har förbjudits använda ett stort antal olika påståenden vid marknadsföring i Sverige, varav flera av dessa påståenden har innefattat miljöargument och brandsäkerhetsargument. Förbuden avser alltså att skydda angelägna och betydelsefulla samhällsintressen. Omfattningen och karaktären av den otillbörliga marknadsföringen talar, enligt Patent- och marknadsöverdomstolen, för att vitet ska fastställas till ett förhållandevis högt belopp. I målet finns viss utredning om Huntonbolagens omsättning, som dock är flera år gammal och därför måste bedömas med försiktighet. Några försäljningssiffror avseende den aktuella marknaden eller andra uppgifter om storleken av de ekonomiska intressen som berörs finns inte. Sammantaget bedömer Patent- och marknadsöverdomstolen att ett verkningsfullt vitesbelopp för vart och ett av bolagen är 1 000 000 kr. Patent- och marknadsdomstolens dom ska ändras på detta sätt.

Sammanfattning av domstolens prövning i sak

Patent- och marknadsöverdomstolen har, i likhet med Patent- och marknadsdomstolen, funnit att Huntonbolagen inte har visat att marknadsföringspåståendena som omfattas av 1 e) och k) i underrättens domslut har varit vederhäftiga. Även Patent- och marknadsöverdomstolen har därför bedömt att Huntonbolagen ska förbjudas att använda de påtalade marknadsföringspåståendena eller andra påståenden med väsentligen samma innebörd, men utformat förbuden något annorlunda än underrätten.

Vidare har Patent- och marknadsöverdomstolen ansett att de vitesbelopp som förbuden ska förenas med ska vara lägre än vad underrätten bestämt. Vitesbeloppen har av Patent- och marknadsöverdomstolen bestämts till 1 000 000 kr.

Rättegångskostnader

Rättsliga utgångspunkter

Huvudprincipen enligt 18 kap. 1 § rättegångsbalken är att den part som tappar målet ska ersätta motpartens rättegångskostnader.

Av 18 kap. 4 § första stycket rättegångsbalken framgår att om det i samma mål finns flera yrkanden och parterna vinner ömsom, ska vardera parten bära sina kostnader eller jämkad ersättning tilläggas ena parten. Om kostnaderna för olika delar av målet kan särskiljas, ska ersättningsskyldigheten bestämmas därefter. Är det som parten tappat av endast ringa betydelse, kan parten få full ersättning för sin kostnad. Paragrafen innebär att rätten i första hand bör försöka uppskatta hur rättegångskostnaderna löper på målets olika delar eller frågor, och sedan fördela ansvaret för dessa med hänsyn till vilken part som är att anse som vinnande i de olika delarna (se t.ex. Bellander, Kommentaren till 18 kap. 4 § rättegångsbalken, Lexino 2018-07-02, JUNO).

Enligt 18 kap. 8 § rättegångsbalken ska ersättning för rättegångskostnad fullt motsvara kostnaden för rättegångens förberedande och talans utförande jämte arvode till ombud eller biträde, såvitt kostnaden skäligen varit påkallad för tillvaratagande av partens rätt. Ersättning ska också utgå för partens eget arbete och tidsspillan i anledning av rättegången.

Kostnader i Patent- och marknadsdomstolen

Huntonbolagen har, för det fall att bolaget vinner framgång med överklagandet, yrkat viss ändring av Patent- och marknadsdomstolens beslut om rättegångskostnader. Patent- och marknadsöverdomstolen uppfattar det som att denna ändring har yrkats även om överklagandet vinner framgång endast i den del av målet som avser vitesbeloppens storlek.

Utgången i Patent- och marknadsöverdomstolen innebär att Huntonbolagen får viss ytterligare framgång i underrätten, i och med att vitesbeloppen sätts ner. Frågan om vitesbeloppens storlek har dock behandlats av parterna i mycket liten utsträckning och varit en underordnad del av processen i underrätten. Patent- och marknadsöverdomstolen bedömer därför att det som Swedisol tappat i Patent- och marknadsdomstolen fortfarande är av endast ringa betydelse. På grund härav, och eftersom Patent- och marknadsöverdomstolen i likhet med underrätten bedömer att den yrkade ersättningen för parts eget arbete är skälig, ska det som Patent- och marknadsdomstolen beslutat om rättegångskostnader inte ändras.

Kostnader i Patent- och marknadsöverdomstolen

Huntonbolagen får i Patent- och marknadsöverdomstolen anses som vinnande såvitt avser vitesbeloppens storlek, men som tappande i övrigt. Den del av målet som avsett vitesbeloppens storlek har varit av mindre omfattning, men kan inte här anses ha varit endast av ringa betydelse. Enligt Patent- och marknadsöverdomstolen ska Swedisol därför få viss jämkad ersättning för sina rättegångskostnader, med utgångspunkt i hur kostnaderna har fördelats på målets olika delar.

Swedisol har yrkat ersättning med 1 077 470 kr, varav 926 450 kr avser ombudsarvode och 151 020 kr utlägg för anlitaandet av partssakkunnig. Huntonbolagen har vitsordat kostnaden för utlägg, men överlämnat till rätten att bedöma skäligheten i övrigt.

Kostnaden för anlitaandet av den partssakkunnige har avsett en annan del av målet än vitesbeloppens storlek. Huntonbolagen ska därför ersätta Swedisol för denna kostnad.

Vad därefter gäller kostnaden för ombudsarvode bedömer Patent- och marknadsöverdomstolen att Swedisol får anses som vinnande part i sådan utsträckning i målet att Huntonbolagen ska ersätta Swedisol för två tredjedelar av denna kostnad, i den mån kostnaden varit skäligen påkallad. Enligt Patent- och marknadsöverdomstolen framstår den yrkade ersättningen för ombudsarvode som väl hög i förhållande till målets art och

omfattning. Med hänsyn till det nu anförda bestämmer Patent- och marknadsöverdomstolen den ersättning för ombudsarvode som Swedisol ska tillerkännas till 470 000 kr.

Sammanfattningsvis ska Huntonbolagen solidariskt ersätta Swedisol för dess rättegångskostnad i Patent- och marknadsöverdomstolen med 621 020 (470 000 + 151 020) kr.

Överklagande

Det saknas skäl att göra undantag från huvudregeln att Patent- och marknadsöverdomstolens domar inte får överklagas (se 1 kap. 3 § tredje stycket lagen, 2016:188, om patent- och marknadsdomstolar). Denna dom får därför inte överklagas.

I avgörandet har deltagit hovrättsråden Annika Malm, Sara Ulfsdotter och Mattias Pleiner, referent.



STOCKHOLMS TINGSRÄTT
Patent- och marknadsdomstolen
PMD:G

Mål nr PMT 6297-18

Rättelse/komplettering

Dom, 2020-10-23

Rättelse, 2020-12-17

Beslut av: rådmannen Stefan Johansson

Beloppet i punkt 5 i domslutet har på grund av skrivfel blivit uppenbart oriktigt. Beloppet ska rätteligen vara 1 916 992 kr. Det innebär att beslutet i punkt 5 rätteligen ska ha följande lydelse:

"Hunton Fiber AB och Hunton Fiber AS förpliktigas att solidariskt ersätta Föreningen Swedisol för dess rättegångskostnader med 1 916 992 kr, varav 1 549 000 kr avser ombudsarvode, jämte ränta på beloppet enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för denna dom till dess betalning sker."



PARTER

Kärande

Föreningen Swedisol, 826000-7193
Box 190
101 23 Stockholm

Ombud: Advokaterna D.T. och J.A.

Svarande

1. Hunton Fiber AB, 556506-1974
Gustavsgatan 34
216 11 Limhamn

2. Hunton Fiber AS, 964 014 256
Niels Ødesgaards gate 8
Postboks 633
2810 Gjøvik
Norge

Ombud för 1 och 2: Advokaten G.A. Antonsson

Ombud för 1 och 2:
Jur.kand. J.G.

DOMSLUT

1. Patent- och marknadsdomstolen förbjuder envar av Hunton Fiber AB och Hunton Fiber AS, vid vite om 2 000 000 kr, att vid marknadsföring av träfiberisolering i Sverige, på sätt som skett, använda följande påståenden:
 - a) "Hunton Nativo Träfiberisolering är en miljövänlig isolering" (på sätt som skett enligt bilaga 1),
 - b) "Det naturliga och miljövänliga alternativet" (på sätt som skett enligt bilaga 2),
 - c) "Bra för miljön" (på sätt som skett enligt bilaga 2),
 - d) "Nativo Träfiberisolering är en miljövänlig produkt" (på sätt som skett enligt bilaga 2),
 - g) "Hunton Nativo Träfiberisolering är en hållbar isolering" (på sätt som skett enligt bilaga 3),
 - i) "Träfiberisolering är miljövänligt" (på sätt som skett enligt bilaga 5),
 - j) "Produktionen av träfiberisolering är miljövänlig" (på sätt som skett enligt bilaga 5),eller andra formuleringar än a)–d), g), i) och j) med väsentligen samma innebörd som påstår eller ger intryck av att Hunton Fibers träfiberisolering inte har någon eller endast positiv miljöpåverkan,
 - e) "Genom att använda Hunton Nativo Träfiberisolering bidrar du till att minska utsläppen av CO₂ och andra växthusgaser" (på sätt som skett enligt bilaga 3),
 - f) "Hunton Nativo Träfiberisolering är det bästa valet för eko-vänliga byggnader" (på sätt som skett enligt bilaga 3),
 - k) "Huntens bygglösningar bidrar till mindre utsläpp av klimatgaser" (på sätt som skett enligt bilaga 6),
 - l) "På så sätt bidrar trä till den största besparingen av CO₂-utsläpp" (på sätt som skett enligt bilaga 6),

eller andra formuleringar än e), f), k) och l) med väsentligen samma innebörd som påstår eller ger intryck av att byggnader som innehåller Hunton Fibers träfiberisolering är bättre för miljön än byggnader som innehåller mineralull,

- m) "De konstgjorda materialen kan avge giftiga gaser och partiklar i inomhusluften. Industrin som tillverkat materialen förorenar miljön och förbrukar massor av energi. Själva slutprodukten utgör ofta även ett framtida avfallsproblem. Dessutom har det visat sig att hållbarheten hos de konstgjorda materialen ofta är kortare och sämre än gamla hederliga naturmaterial." (på sätt som skett enligt bilaga 7),

eller andra formuleringar än m) med väsentligen samma innebörd som påstår eller ger intryck av att Hunton Fibers träfiberisolering har bättre egenskaper från miljö- och/eller hälsosynpunkt än isoleringsprodukter framställda av mineralull,

- n) "Träets naturliga egenskaper gör att till exempel träfiberisolering blir till kol vid brand, och därmed skyddar både sig själv och strukturen mot lågorna. Dessutom innehåller isoleringen en naturlig brandhämmare som består av ammoniumpolyfosfat som ytterligare förstärker förkolningsprocessen genom att fånga upp syret runt isoleringen när en eventuell låga slår upp." (på sätt som skett enligt bilaga 9),

eller andra formuleringar än n) med väsentligen samma innebörd som påstår eller ger intryck av att Hunton Fibers träfiberisolering har högre brandsäkerhet än isoleringsprodukter framställda av mineralull,

- o) "Hunttons träfiberisolering har faktiskt upp till tio gånger så stor kapacitet som mineralull när det gäller att ta upp, transportera och släppa ut fukt från väggar och tak" (på sätt som skett enligt bilaga 3),
- p) "Nativo Träfiberisolering ger minst lika goda resultat som mineralull under de klimatbetingelser som testats" (på sätt som skett enligt bilaga 10),
- q) "Nativo Träfiberisolering är inte lika beroende av en tät inre ångspärr som mineralullsisolering" (på sätt som skett enligt bilaga 10),
- r) "Mineralullsisolering som inte absorberar fukt ökar tiden innan torkningen börjar. Mer vatten hinner rinna ner och fukta syllen än när Nativo Träfiberisolering används." (på sätt som skett enligt bilaga 10),

eller andra formuleringar än o)–r) med väsentligen samma innebörd som påstår eller ger intryck av att Hunton Fibers träfiberisolering har bättre egenskaper när det gäller fukt än isoleringsprodukter framställda av mineralull och

- s) "Nativo Träfiberisolering, skivor och Nativo Träfiberisolering, lösull har något lägre intern konvektion än mineralull" (på sätt som skett enligt bilaga 10),
- t) "Träfiberisolering ger mer stabil innetemperatur vid temperaturväxlingar ute (natt/dag)." (på sätt som skett enligt aktbilaga 27, en film), samt
- u) "Hunttons träfiberisolering installeras med upp till tre gånger så många kilo som isolering av mineralull per m², och kräver alltså en minimal tillförd energimängd för att skapa och bevara en behaglig och jämn inomhustemperatur året runt." (på sätt som skett enligt bilaga 3).

eller andra formuleringar än s)–u) med väsentligen samma innebörd som påstår eller ger intryck av att Hunton Fibers träfiberisolering har

bättre värmelagringskapacitet än isoleringsprodukter framställda av mineralull.

2. Patent- och marknadsdomstolen förbjuder Hunton Fiber AB, vid vite om 2 000 000 kr, att vid marknadsföring av träfiberisolering i Sverige, på sätt som skett, använda följande påståenden:

- v) "Träfibermaterial förkolnar på ytan medan mineralull smälter. Mineralull kommer därför att försvinna (smälta bort) under ett brandförlopp, och därmed exponera andra konstruktionsdelar för lågorna mycket tidigare än träfiberisolering skulle göra." (på sätt som skett enligt bilaga 8),
- w) "T.ex. framställs en mineralull genom en smältprocess, och kommer därför att smälta på nytt när den utsätts för höga temperaturer. Nativo Träfiberisolering kommer i stället att förkolna och stå emot lågorna betydligt längre än en isolering som smälter." (på sätt som skett enligt bilaga 8),

eller andra formuleringar än v)–w) med väsentligen samma innebörd som påstår eller ger intryck av att Hunton Fibers träfiberisolering har högre brandsäkerhet än isoleringsprodukter framställda av mineralull.

3. Patent- och marknadsdomstolen förbjuder envar av Hunton Fiber AB och Hunton Fiber AS, vid vite om 2 000 000 kr att vid marknadsföring av träfiberisolering i Sverige, på sätt som skett enligt aktbilaga 22 (en film) eller därmed väsentligen liknande sätt, påstå eller ge intryck av att träfiberisolering har högre brandsäkerhet än isoleringsprodukter framställda av mineralull.
4. Patent- och marknadsdomstolen avslår käromålet såvitt avser yrkande 1 h) ("Gröna byggnader gör dig smartare förutom att ge bättre sömn").

5. Hunton Fiber AB och Hunton Fiber AS förpliktigas att solidariskt ersätta Föreningen Swedisol för dess rättegångskostnader med 1 961 992 kr, varav 1 549 000 kr avser ombudsarvode, jämte ränta på beloppet enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för denna dom till dess betalning sker.
-

BAKGRUND

Föreningen Swedisol är en branschorganisation för mineralullsföretag som är verksamma i Sverige. Föreningen agerar huvudsakligen som remissinstans och opinionsbildare samt företräder anslutna medlemmar i kontakter med olika intressenter. Vidare arbetar organisationen med hållbarhetslösningar och energieffektivisering i synnerhet. Swedisols medlemmar är verksamma inom både tillverkning och marknadsföring av isoleringsprodukter innehållande materialet mineralull.

Hunton Fiber AB är sedan 1995 verksamt i Sverige inom försäljning och marknadsföring av isoleringsprodukter innehållande materialet träfiber. Hunton Fiber AB:s moderbolag är det norska företaget Hunton Fiber AS (gemensamt benämnda "Huntonbolagen" eller "Hunton"). Utöver verksamhet i Sverige och Norge säljer koncernen sina produkter i ett flertal andra länder. Huntonbolagen använder sig vid marknadsföring av träfiberisolering av vissa påståenden och andra framställningar. Marknadsföringen görs bl.a. på bolagens webbplatser hunton.se och hunton.no.

Swedisol tillskrev den 28 november 2017 Hunton Fiber AB och uppgav att man uppmärksammat att bolaget använde flera påståenden om det fördelaktiga med bolagets isoleringsprodukter bl.a. med avseende på miljö- och brandsäkerhetsaspekter. Föreningen gjorde gällande att påståenden stod i strid med marknadsföringslagen (2008:486). Huntonbolagen besvarade brevet den 29 januari 2018 och bestred att marknadsföringen inte var i överensstämmelse med god marknadsföringssed.

I maj 2018 väckte Swedisol talan mot Huntonbolagen och framställde yrkanden om att Patent- och marknadsdomstolen vid vite ska förbjuda bolagen att, vid marknadsföring av isoleringsmaterial, använda vissa påståenden om träfiberisolering avseende miljö/hälsa, brandsäkerhet, fuktresistens och värmelagringskapacitet.

YRKANDEN

Swedisol har yrkat

1. att Patent- och marknadsdomstolen ska förbjuda Hunton Fiber AB och Hunton Fiber AS, vid vite om 2 000 000 kr (eller annat belopp som domstolen finner verkningsfullt), att vid marknadsföring av isoleringsmaterial i Sverige, på sätt som skett, använda följande påståenden:

- a) "Hunton Nativo Träfiberisolering är en miljövänlig isolering" (på sätt som skett enligt bilaga 1),
- b) "Det naturliga och miljövänliga alternativet" (på sätt som skett enligt bilaga 2),
- c) "Bra för miljön" (på sätt som skett enligt bilaga 2),
- d) "Nativo Träfiberisolering är en miljövänlig produkt" (på sätt som skett enligt bilaga 2),
- e) "Genom att använda Hunton Nativo Träfiberisolering bidrar du till att minska utsläppen av CO₂ och andra växthusgaser" (på sätt som skett enligt bilaga 3),
- f) "Hunton Nativo Träfiberisolering är det bästa valet för eko-vänliga byggnader" (på sätt som skett enligt bilaga 3),
- g) "Hunton Nativo Träfiberisolering är en hållbar isolering" (på sätt som skett enligt bilaga 3),
- h) "Gröna byggnader gör dig smartare förutom att ge bättre sömn" (på sätt som skett enligt bilaga 4),
- i) "Träfiberisolering är miljövänligt" (på sätt som skett enligt bilaga 5),
- j) "Produktionen av träfiberisolering är miljövänlig" (på sätt som skett enligt bilaga 5),
- k) "Hunttons bygglösningar bidrar till mindre utsläpp av klimatgaser" (på sätt som skett enligt bilaga 6),
- l) "På så sätt bidrar trä till den största besparingen av CO₂-utsläpp" (på sätt som skett enligt bilaga 6),

m) "De konstgjorda materialen kan avge giftiga gaser och partiklar i inomhusluften. Industrin som tillverkat materialen förorenar miljön och förbrukar massor av energi. Själva slutprodukten utgör ofta även ett framtida avfallsproblem. Dessutom har det visat sig att hållbarheten hos de konstgjorda materialen ofta är kortare och sämre än gamla hederliga naturmaterial." (på sätt som skett enligt bilaga 7),

eller andra formuleringar än a)–m) med väsentligen samma innebörd som påstår eller ger intryck av att Hunton Fibers träfiberisolering har bättre egenskaper från miljö- och/eller hälsosynpunkt än isoleringsprodukter framställda av mineralull,

n) "Träets naturliga egenskaper gör att till exempel träfiberisolering blir till kol vid brand, och därmed skyddar både sig själv och strukturen mot lågorna. Dessutom innehåller isoleringen en naturlig brandhämmare som består av ammoniumpolyfosfat som ytterligare förstärker förkolningsprocessen genom att fånga upp syret runt isoleringen när en eventuell låga slår upp." (på sätt som skett enligt bilaga 9),

eller andra formuleringar än n) med väsentligen samma innebörd som påstår eller ger intryck av att Hunton Fibers träfiberisolering har högre brandsäkerhet än isoleringsprodukter framställda av mineralull,

o) "Hunttons träfiberisolering har faktiskt upp till tio gånger så stor kapacitet som mineralull när det gäller att ta upp, transportera och släppa ut fukt från väggar och tak" (på sätt som skett enligt bilaga 3),

p) "Nativo Träfiberisolering ger minst lika goda resultat som mineralull under de klimatbetingelser som testats" (på sätt som skett enligt bilaga 10),

q) "Nativo Träfiberisolering är inte lika beroende av en tät inre ångspärr som mineralullsisolering" (på sätt som skett enligt bilaga 10),

r) "Mineralullsisolering som inte absorberar fukt ökar tiden innan torkningen börjar. Mer vatten hinner rinna ner och fukta syllan än när Nativo Träfiberisolering används." (på sätt som skett enligt bilaga 10),

eller andra formuleringar än o)–r) med väsentligen samma innebörd som påstår eller ger intryck av att Hunton Fibers träfiberisolering har bättre egenskaper när det gäller fukt än isoleringsprodukter framställda av mineralull och

s) "Nativo Träfiberisolering, skivor och Nativo Träfiberisolering, lösull har något lägre intern konvektion än mineralull" (på sätt som skett enligt bilaga 10),

t) "Träfiberisolering ger mer stabil innertemperatur vid temperaturväxlingar ute (natt/dag)." (på sätt som skett enligt aktbilaga 27, en film), samt

u) "Hunttons träfiberisolering installeras med upp till tre gånger så många kilo som isolering av mineralull per m², och kräver alltså en minimal tillförd energimängd för att skapa och bevara en behaglig och jämn inomhustemperatur året runt." (på sätt som skett enligt bilaga 3).

eller andra formuleringar än s)–u) med väsentligen samma innebörd som påstår eller ger intryck av att Hunton Fibers träfiberisolering har bättre värmelagringsförmåga än isoleringsprodukter framställda av mineralull,

2. att Patent- och marknadsdomstolen ska förbjuda Hunton Fiber AB, vid vite om 2 000 000 kr (eller annat belopp som domstolen finner verkningsfullt), att vid marknadsföring av isoleringsmaterial i Sverige, på sätt som skett, använda följande påståenden:

v) "Träfibermaterial förkolnar på ytan medan mineralull smälter. Mineralull kommer därför att försvinna (smälta bort) under ett brandförlopp, och därmed exponera andra konstruktionsdelar för lågorna mycket tidigare än träfiberisolering skulle göra." (på sätt som skett enligt bilaga 8),

w) "T.ex. framställs en mineralull genom en smältningsprocess, och kommer därför att smälta på nytt när den utsätts för höga temperaturer. Nativo Träfiberisolering kommer i stället att förkolna och stå emot lågorna betydligt längre än en isolering som smälter." (på sätt som skett enligt bilaga 8),

eller andra formuleringar än v)–w) med väsentligen samma innebörd som påstår eller ger intryck av att Hunton Fibers träfiberisolering har högre brandsäkerhet än isoleringsprodukter framställda av mineralull,

samt

3. att Patent- och marknadsdomstolen ska förbjuda Hunton Fiber AB och Hunton Fiber AS, vid vite om 2 000 000 kr (eller annat belopp som domstolen finner verkningsfullt), att vid marknadsföring av isoleringsmaterial i Sverige, på sätt som skett enligt

aktbilaga 22 (en film) eller därmed väsentligen liknande sätt, påstå eller ge intryck av att träfiberisolering har högre brandsäkerhet än isoleringsprodukter framställda av mineralull.

Huntonbolagen har bestritt samtliga yrkanden. Bolagen har vidare gjort gällande att det saknas skäl att förena ett eventuellt förbud med vite, samt att eventuellt vitesbelopp i vart fall bör understiga 1 000 000 kr.

Parterna har yrkat ersättning för rättegångskostnader.

GRUNDER

Swedisol

Den påtalade marknadsföringen

Hunton Fiber AB marknadsför sina träfiberisoleringsprodukter på webbplatsen hunton.se. Domänen innehas av Hunton Fiber AB och dess angivna kontaktperson är en anställd vid Hunton Fiber AS. Hunton Fiber AB bedriver även marknadsföring på sin egen Facebook-sida.

De påtalade marknadsföringspåståendena ger intryck av

- dels att Hunttons träfiberisoleringsprodukter och framställningsprocess är bra för miljön,
- dels att Hunttons träfiberisoleringsprodukter har högre brandsäkerhet än isoleringsmaterial framställda av mineralull,
- dels att Hunttons träfiberisoleringsprodukter har bättre egenskaper i fråga om hantering av fukt än isoleringsmaterial framställda av mineralull,
- dels att Hunttons träfiberisoleringsprodukter har bättre värmelagringskapacitet än isoleringsmaterial framställda av mineralull.

Vidare ger de påtalade marknadsföringspåståendena intryck av att producenter av isoleringsmaterial framställda av mineralull förorenar miljön.

Samtliga påståenden är ovederhäftiga och i första hand vilseledande enligt 10 § marknadsföringslagen och i andra hand oförenliga med kravet på god marknadsföringssed enligt 5 § marknadsföringslagen.

Påstående m) är därutöver i sitt sammanhang misskrediterande.

Påståendena o)–u) och v)–w) är därutöver, var för sig eller i det sammanhang de förekommer, misskrediterande och utgör otillåtna jämförelser i reklam. Också framställningen i filmen (aktbilaga 22) är misskrediterande och utgör otillåten jämförelse i reklam,

Påståendena är av sådant slag att de påverkar eller sannolikt påverkar genomsnittsmottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut, detta även i märkbar mån. Påståendena är således otillbörliga, i första hand enligt 8 § och i andra hand enligt 6 § marknadsföringslagen.

Vitesförbud

Såväl Hunton Fiber AB som Hunton Fiber AS har eget ansvar för den påtalade marknadsföringen, med undantag för påståendena v)–w) för vilka Hunton Fiber AB är ensamt ansvarigt. Hunton Fiber AS har i vart fall ett medverkansansvar för den påtalade marknadsföringen, eftersom det är uppenbart att Hunton Fiber AS utformat eller i vart fall tagit aktiv del i utformningen av marknadsföringen som Hunton Fiber AB bedriver. Ett förbud endast mot Hunton Fiber AB framstår inte som tillräckligt.

Det föreligger därmed förutsättningar att förbjuda Huntonbolagen att fortsätta med den påtalade marknadsföringen.

Det saknas skäl att inte förena förbudet med vite. Huntonbolagens samlade nettoomsättning år 2016 uppgick till strax under 407 miljoner norska kronor (motsvarande cirka 450 miljoner svenska kronor). Marknadsföringen innehåller vilseledande och slagkraftiga påståenden om mineralullens negativa inverkan på hälsa och miljö samt dess risker i fråga om brandsäkerhet. Huntonbolagen har fortsatt bedriva marknadsföringen även efter det att Swedisol påtalat densamma. Yrkat vitesbelopp om två miljoner kronor är därför lämpligt.

Huntonbolagen

Den påtalade marknadsföringen

Samtliga påståenden ska läsas i de sammanhang som de förekommer och med hänsyn till de kvalificeringar som görs i anslutning till påståendena.

De påtalade marknadsföringspåståendena

- är, såvitt avser miljöegenskaper, framställda i ett sammanhang som medför att påståendena uppfattas som relativa till andra isoleringsprodukter och ger inte intrycket att Hunttons träfiberisoleringsprodukter och framställningsprocess är bra för miljön,
- framhåller, såvitt avser brandegenskaper, vissa faktiska och relevanta egenskaper hos träfiberisolering, utan att påstå eller ge intrycket att Hunttons produkter har en bättre klassificering än deras faktiska klassificering eller har högre brandsäkerhet än isoleringsmaterial framställda av mineralull, och
- framställer, såvitt avser egenskaper angående fukt och värmelagringskapacitet, Hunttons produkter i jämförelse med produkter av mineralull med avseende på några relevanta faktorer och på ett korrekt sätt, utan att ge intrycket att Hunttons produkter generellt har bättre eller likvärdiga egenskaper med avseende på fukt och värmelagringskapacitet än isoleringsmaterial framställda av mineralull.

Marknadsföringen är vederhäftig och således varken i strid mot god marknadsföringssed, vilseledande eller otillbörlig. Marknadsföringen enligt yrkande b), c), h) och m) påverkar inte mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut, i vart fall inte i någon märkbar mån. Inte heller är det sannolikt att marknadsföringen har någon sådan påverkan på mottagaren. Det vitsordas att det s.k. transaktionstestet är uppfyllt när det gäller övriga påståenden.

Påståendena i yrkande l h) och m) är inte av utpräglad kommersiell natur och utgör därmed inte marknadsföring. Något ingripande med stöd av marknadsföringslagen kan alltså inte ske.

Den påtalade marknadsföringen pekar inte ut någon producent av mineralull, varken direkt eller indirekt, utgör inte någon jämförande reklam, i vart fall inte otillbörlig sådan, och innebär inte någon misskreditering.

Vitesförbud

Swedisols yrkanden såsom de framställts kan inte bifallas, eftersom Huntonbolagen inte kan förbjudas att använda påståenden i den utsträckning de är korrekta.

Förbudsyrkandet uppfyller inte kraven på tydlighet och precision. Angivelsen ”vid marknadsföring av isoleringsmaterial” är för bred eftersom Huntonbolagen endast använder en viss typ av isoleringsmaterial.

Marknadsföringen av Huntonbolagens produkter i Sverige sker genom Hunton Fiber AB. Det förhållandet att Hunton Fiber AS har etablerat ett självständigt bolag i Sverige, som bedriver marknadsföring och försäljning helt mot den svenska marknaden, medför att Hunton Fiber AS inte ansvarar för den marknadsföringen som görs i Sverige. Hunton Fiber AB bestämmer utformningen av marknadsföringen i Sverige och Hunton Fiber AS har inte något medverkandeansvar för

marknadsföringen. Det är tillräckligt att ett förbud riktas mot Hunton Fiber AB (som bär ansvaret för marknadsföringen) för avsedd effekt på marknadsföringen.

Det finns inga skäl att anta att Huntonbolagen inte kommer att inrätta sig efter ett beslut från domstolen, varför det saknas skäl att förena förbud med vite. I vart fall ska vitesbeloppets storlek begränsas till ett belopp understigande en miljon kronor.

UTVECKLING AV TALAN

Swedisol

Under 2017 uppmärksammade Swedisol att Hunton i sin marknadsföring gjorde alltför långtgående påståenden om fördelar med träfiberisolering.

Påståendena a)–m) handlar om att träfiberisolering ska ha särskilda fördelar från miljö- och/eller hälsosynpunkt, medan mineralull ska vara dåligt i dessa avseenden. Påstådda miljöfördelar är inte tillräckligt konkretiserade. Det framgår inte heller tillräckligt tydligt att påståendena är avsedda att vara relativa jämförelser med andra isoleringsmaterial, exempelvis mineralull, i den mån så är fallet. Påståendena ger under alla förhållanden inte en rättvisande totalbild. Det saknas dessutom vetenskapligt stöd för påståendena

När isoleringsmaterial ingår i en konstruktion har alla delar i konstruktionen betydelse för konstruktionens miljöpåverkan. Isoleringsmaterialet som sådant står ofta för en mycket begränsad andel av konstruktionens totala miljöpåverkan.

Påstående n), v), w) och den film som avses i yrkande 3 handlar om att träfiberisolering ska ha särskilda fördelar när det gäller brandsäkerhet. Mineralull är den gemensamma beteckningen för glas- och stenull och tillverkas av mineraliska råvaror — sten och sand — som smälts och spinnes till fibrer. Mineralull används i första hand som värmeisolering, men kan även användas som t.ex. brandisolering. Mineralull är

klassificerat som obrännbart material (Euroklass A1 eller A2, på en skala från A till F) enligt den europeiska standarden SS-EN 13501-1 *Brandteknisk klassificering av byggprodukter och byggnadselement* ("den Europeiska Standarden"). Mineralull har alltså ett starkt brandmotstånd och bidrar till hög brandsäkerhet. Enligt nämnda europeiska brandtekniska standard har träfiber Euroklass E, dvs. är brännbart. Vid en brand kommer träfiber därför, till skillnad från mineralull, att ge elden extra energi. Klassificeringen av ett isoleringsmaterials brandegenskaper sker på grundval av standardiserade testmetoder och utförs av ackrediterade brandinstitut. Någon annan erkänd klassificering avseende isoleringsmaterials brandegenskaper finns inte.

Påstående o)–r) handlar om att träfiberisolering ska ha särskilda fördelar i fråga om fukt. De jämförelser som görs är otydliga och varken relevanta eller rättvisande.

Påstående s)–u) handlar om att träfiberisolering ska ha särskilda fördelar när det gäller värmelagringsförmåga. Även dessa jämförelser är missvisande.

Den påtalade marknadsföringen är en översättning till svenska av marknadsföring på andra språk som Hunton Fiber AS tagit fram och riktar till andra länder. Flertalet av de påtalade framställningarna fanns på webbplatsen hunton.se. Den domänen innehas av Hunton Fiber AB, men den kontaktperson som anges på webbplatsen är en anställd (den tekniska chefen) vid det norska moderbolaget Hunton Fiber AS. På webbplatsen anges bl.a. att Hunton Fiber AS är ägare av webbplatsen samt leverantör och behandlingsansvarig, att huvudkontoret ligger i Norge, att det finns ett svenskt försäljningskontor och att den som vill utöva sina rättigheter enligt GDPR ska kontakta Hunton Fiber AS. Övriga påtalade påståenden har gjorts på Hunton Fibers svenska Facebook-sida eller på YouTube.

Hunttons produkter säljs både i fackhandel och byggvaruhus. Den påtalade marknadsföringen riktar sig följaktligen dels till näringsidkare verksamma i byggbranschen, dels till konsumenter som har för avsikt att köpa isoleringsmaterial för användning vid

byggnads- och renoveringsarbeten. Målgruppen saknar närmare tekniska kunskaper om isoleringsmaterial och dess egenskaper i nu aktuella avseenden.

Huntonbolagen

Den påtalade marknadsföringen vänder sig i första hand till yrkesfolk inom byggbranschen (byggindustri, byggtreprenörer och byggmarknader), vilka kan förutsättas ha god kunskap om olika typer av isolering och dess egenskaper. Hunttons produkter köps dock även indirekt (i andra led) av privatpersoner. Isolering är emellertid en så pass komplicerad sällanköpsvara att även de privatpersoner som köper isolering kan förväntas gå noggrant tillväga och inhämta och jämföra information om olika alternativ. Genomsnittskonsumenten måste alltså förutsättas ha mycket goda kunskaper om olika typer av isolering och dess egenskaper.

Hunttons träfiberisolering har flera fördelar från miljösynpunkt. Den består till 90 % av ren träflis samt ammoniumsulfat (brandhämmare) och ett bindemedel. Träflisen härrör till 55 % från den del av trästocken som inte enkelt kan användas till annan träproduktion (t.ex. timmer) och till 45 % av sågflis som utgör restprodukter från annan produktion. Varken brandhämmaren eller bindemedlet innehåller miljögifter. Träråvaran är PEFC-certifierad, vilket är världens största certifieringssystem för hållbart skogsbruk. Hunton har PEFC ”chain of custody”-certifikat och även Steico, som tidigare var Hunttons leverantör, är PEFC-certifierat. Hunttons träfiberisolering kan återvinnas i sin helhet, genom återanvändning, materialåtervinning vid produktion av nya träfibermaterial eller genom energiåtervinning. Produkternas miljövarudeklarationer (Environmental Product Declaration, EPD) visar både koldioxidlagring och utsläpp under produkternas användning (GWP). Eftersom en EPD presenterar all data som om allt sker samtidigt tar den inte hänsyn till effekten av lagrad CO₂ under produktens livstid. Det är dock vedertaget att ta hänsyn till livslängden, vilken i Hunttons fall är minst 60 år. När man har beaktat denna livslängd har produkterna ett negativt GWP-värde, dvs. är bra för miljön.

Den påtalade marknadsföringen konkretiseras genom de kvalificeringar som framgår i anslutning till respektive påstående, och är i vissa fall endast ett uttryck för en ambition. Genomsnittskunden förstår att påståendena – som anger vissa specifika fördelar med träfiber – är relativa. Marknadsföringen är tydlig, relevant och rättvisande.

UTREDNINGEN

På Swedisols begäran har hållits vittnesförhör med partssakkunniga ekotoxikologen M.H., brandkonsulten E.A. samt L.O. och E.-L. K., de två sistnämnda sakkunniga inom byggteknik.

På Huntonbolagens begäran har hållits partsförhör under sanningsförsäkran med T.V. (styrelseledamot i Hunton Fiber AB), vittnesförhör med T.L. (teknisk chef på Hunton Fiber AS) samt vittnesförhör med partssakkunniga E.S. och L.G., som är sakkunniga inom klimat och energi respektive fukt och värmetransport.

Parterna har även åberopat skriftlig bevisning samt förevisat filmer.

DOMSKÄL

Rättsliga utgångspunkter

Marknadsföringslagen (MFL) är, enligt dess 2 §, tillämplig bl.a. när näringsidkare marknadsför eller själva efterfrågar produkter i sin näringsverksamhet. Med begreppet marknadsföring avses, enligt 3 §, 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.

Enligt Marknadsdomstolens praxis kan åtgärder enligt MFL vidtas beträffande framställningar som har ett kommersiellt syfte och rent kommersiella förhållanden till föremål. Till detta område räknas framställningar om näringsidkarens affärsverksamhet eller däri tillhandahållna produkter, som har ett kommersiellt, vanligtvis avsättningsfrämjande syfte. Däremot täcker inte MFL sådana yttringar som är inriktade på att bibringa allmänheten vissa värderingar eller att påverka dess allmänna beteende i viss riktning.

Enligt 5 § MFL ska marknadsföring stämma överens med god marknadsföringssed. Enligt 10 § MFL 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.

Enligt 6 § MFL är marknadsföring som strider mot god marknadsföringssed att anse som otillbörlig om den i märkbar mån påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut. Enligt 8 § MFL är marknadsföring som är vilseledande enligt 10 § MFL att anse som otillbörlig om den påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

Misskrediterande marknadsföring som innehåller felaktiga och därmed vilseledande uppgifter om en konkurrerande näringsidkare kan omfattas av förbudet mot vilseledande marknadsföring. Misskreditering som sker i form av förlöjliganden eller andra nedlåtande yttranden kan dessutom angripas med stöd av bestämmelsen om god marknadsföringssed (prop. 2007/08:115 s. 113). För att en näringsidkare i sin reklam direkt eller indirekt ska få peka ut en annan näringsidkare eller dennes produkter krävs dessutom, enligt 18 § MFL, bl.a. att jämförelsen inte är vilseledande, på ett objektivt sätt avser väsentliga, relevanta, kontrollerbara och utmärkande egenskaper hos produkterna och inte misskrediterar eller är nedsättande för en annan näringsidkares verksamhet, förhållanden, produkter eller kännetecken.

Enligt 23 § MFL får en näringsidkare vars marknadsföring är otillbörlig förbjudas att fortsätta med denna eller med någon annan liknande åtgärd. Ett sådant förbud får också meddelas mot någon annan som handlar på näringsidkarens vägnar samt mot var och en som i övrigt väsentligt har bidragit till marknadsföringen. Ett förbud enligt 23 § ska enligt 26 § MFL förenas med vite, om det inte av särskilda skäl är obehövligt.

Marknadsföring måste alltså vara vederhäftig. Den som ansvarar för en marknadsföringsåtgärd har bevisbördan för att gjorda marknadsföringspåståenden är riktiga. Avgörande för bedömningen är om marknadsföringsåtgärden stred mot MFL vid tidpunkten då den företogs. Om den som ansvarar för marknadsföringen inte fullgör sin bevisskyldighet anses påståendena ifråga vara ovederhäftiga.

Innan vederhäftigheten i ett påstående kan bedömas måste dess innebörd fastställas. Avgörande för hur en marknadsföringsåtgärd ska bedömas är enligt fast marknadsföringsrättslig praxis hur framställningen uppfattas av en genomsnittlig mottagare i den målgrupp som marknadsföringen riktar sig till (se MD 2016:2 punkt 31 med där gjorda hänvisningar).

Genomsnittskonsumenten

En marknadsföringsåtgärd ska bedömas med hänsyn till hur den uppfattas av en genomsnittskonsument som är normalt informerad samt skäligen uppmärksam och upplyst, med beaktande av sociala, kulturella och språkliga faktorer. Om marknadsföringen är särskilt riktad till en viss konsumentgrupp ska marknadsföringen bedömas ur ett perspektiv som är representativt för den genomsnittliga medlemmen i denna grupp. För dyrare sällanköpsvaror kan konsumenten förväntas gå något mer noggrant tillväga än vid köp av enklare produkter.

Det här målet rör ett stort antal påståenden i Hunttons marknadsföring av isoleringsmaterial. Påståendena avser främst produkternas miljö-, brand-, fukt- och värmegenskaper. Det är ostridigt att Hunton säljer sina produkter till näringsidkare

(byggindustri, byggtreprenörer och byggmarknader) samt att vissa av dessa näringsidkare i sin tur säljer Hunttons produkter till privatpersoner. Enligt Patent- och marknadsdomstolen får den påtalade marknadsföringen därför anses vara riktad mot en blandad målgrupp, bestående av dels näringsidkare som är verksamma i byggbranschen, dels konsumenter som har för avsikt att köpa isoleringsmaterial för användning vid bygnads- och renoveringsarbeten. Även om vissa av dessa personer kan antas ha specialistkunskaper om isoleringsmaterial får flertalet av dem anses sakna närmare kunskaper om sådant material och dess egenskaper samt antas ha svårt att kritiskt värdera argument som anknyter till miljö (jfr MD 2016:2 p. 32 och Patent- och marknadsdomstolens dom i mål nr PMT 8776-17 s. 38).

Påståenden om miljö och/eller hälsa

Allmänt om påståenden avseende miljöegenskaper

Utöver de krav som normalt ställs på vederhäftighet och god marknadsföringssed ställs särskilt höga krav på den som använder miljöpåståenden i marknadsföring (se MD 2014:9 p. 80–83 med där gjorda hänvisningar). Marknadsdomstolen har uttalat att det vid användning av miljöpåståenden i marknadsföring måste preciseras vilka miljöeffekter som avses och att den jämförelse som görs måste ge en rättvisande totalbild (se MD 2000:4). I praxis har vidare framhållits att miljöargument har ett betydande kommersiellt värde som ökat markant de senaste åren, i takt med att konsumenter blivit alltmer medvetna om att konsumtionsvanor har en miljöpåverkan. Samtidigt torde det ofta vara svårt för konsumenter att kritiskt värdera argument som anknyter till miljö (MD 2011:13).

Internationella handelskammaren har i kapitel D i sitt regelverk för reklam och marknadskommunikation (ICC:s regelverk) särskilt reglerat användningen av miljöpåståenden i marknadsföring.

I artikel D1 i ICC:s regelverk anges att vaga eller ospecifika påståenden om en viss positiv miljöpåverkan får användas endast om de utan reservation är giltiga under alla rimligen förutsägbara förhållanden. Om så inte är fallet ska ett sådant generellt miljöpåstående kvalificeras för att få användas. Särskilt gäller att ett uttryck som "miljövänlig", "ekologiskt säkert", "grön", "hållbar", "klimatsmart" – eller andra påståenden som ger intryck av att en produkt eller verksamhet inte har någon, eller endast en positiv, miljöpåverkan – bara får användas om det kan verifieras med mycket betryggande bevisning. Endast där det finns utarbetade, generellt accepterade metoder för att mäta hållbarhet eller bekräfta att hållbarhet har uppnåtts får påståenden som hävdar detta användas.

Vidare får, enligt artikel D2 av ICC:s regelverk, marknadskommunikation utnyttja tekniska framställningar eller vetenskapliga rön avseende miljöpåverkan endast om grund härför finns i tillförlitlig vetenskaplig forskning. Ett påstående om miljöfördelar över livscykeln ska enligt artikel D4 också kunna beläggas med en livscykelanalys.

Påståendena a–d, g), i) och j)

- a) "Hunton Nativo Träfiberisolering är en miljövänlig isolering" (bilaga 1)
- b) "Det naturliga och miljövänliga alternativet" (bilaga 2)
- c) "Bra för miljön" (bilaga 2)
- d) "Nativo Träfiberisolering är en miljövänlig produkt" (bilaga 2)
- g) "Hunton Nativo Träfiberisolering är en hållbar isolering" (bilaga 3)
- i) "Träfiberisolering är miljövänligt" (bilaga 5)
- j) "Produktionen av träfiberisolering är miljövänlig" (bilaga 5)

Swedisol har i huvudsak gjort gällande att samtliga dessa påståendena ger intryck av dels att Hunttons träfiberisoleringsprodukter och framställningsprocess är bra för miljön, dels att producenter av isoleringsmaterial framställda av mineralull förorenar miljön. Påståendena är enligt Swedisol ovederhäftiga, i första hand vilseledande och i andra hand oförenliga med kravet på god marknadsföringssed. Påståendena är, enligt Swedisol, av sådant slag att de påverkar eller sannolikt påverkar genomsnitts-

mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut, detta även i märkbar mån, och därmed otillbörliga.

Huntonbolagen har i huvudsak invänt följande. Samtliga dessa påståenden är framställda i ett sammanhang som medför att påståendena uppfattas som relativa till andra isoleringsprodukter och ger inte intrycket att Hunttons träfiberisoleringsprodukter och framställningsprocess är bra för miljön. Marknadsföringen är vederhäftig och varken i strid mot god marknadsföringssed, vilseledande eller otillbörlig. Det är enligt Huntonbolagen inte heller sannolikt att påstående b) och c) påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

Enligt domstolens mening får samtliga påståenden under a–d, g), i) och j) – sedda i sitt respektive sammanhang – anses vara allmänna och omfattande till sin innebörd. Dessa påståenden kan enligt domstolen ge genomsnittskonsumenten intrycket att Hunttons träfiberisoleringsprodukter och framställningsprocess är bra för miljön, dvs. att den inte har någon (eller endast en positiv) miljöpåverkan.

Huntonbolagens bevisning i denna del tar huvudsakligen sikte på att bolagens träfiberisolering innehåller överskottsmaterial från annan produktion, att det trä som används (till stor del) kommer från hållbart skogsbruk, att såväl Hunton Fiber AS som Steico SE har PEFC-certifiering (vilket är en standard för hållbart skogsbruk), att trä binder koldioxid under sin livstid, att livstiden för Hunttons produkter uppgår till minst 60 år och att produkterna är återvinningsbara.

Av särskilt intresse i detta sammanhang är en miljödeklaration (Environmental Product Declaration, EPD) för Steicos träfiberisolering, som Huntonbolagen sålde när detta mål inleddes, samt senare upprättade miljövarudeklarationer för den träfiberisolering (plattor respektive lösfiber) som Huntonbolagen numera säljer. Av miljövarudeklarationerna framgår att alla dessa produkter har en negativ påverkan på miljön om man beaktar hela livscykeln, dvs. även tar hänsyn till den mängd koldioxid som frigörs när produkten till slut ruttnar eller används för energiåtervinning. Detta har också

bekräftats av partssakkunniga M.H., som hörts på Swedisols begäran, och E.S., som hörts på Huntonbolagens begäran.

E.S. har tillagt att man, enligt en handbok som utarbetats på uppdrag av kommissionen, bör beakta den tid under vilken koldioxiden binds i trämaterial och göra ett avdrag för detta (endast 40 % av den koldioxid som frisläpps efter 60 år bör beaktas). Om man utgår från uppgifterna i miljödeklarationerna och gör ett sådant avdrag, dvs. endast beaktar 40 % av den koldioxid som släpps ut efter 60 år, får man ett negativt koldioxidnetto. En beräkning enligt denna metod leder alltså till slutsatsen att produkterna binder mer koldioxid än de orsakar under livscykeln, dvs. är bra för miljön. M.H. har framfört invändningar mot den beräkningsmetoden och uppgett bl.a. att det inte går att ”avskriva” negativ klimatpåverkan på detta sätt samt att nämnda beräkningsmetod inte är vedertagen (han kände inte ens till den) och främst avsedd för klimatbudgetberäkningar.

Det finns enligt domstolens mening inte skäl att fästa större avseende vid vad E.S. uppgett än vad M.H. uppgett i denna del. I avsaknad av annan utredning om detta – och med hänsyn till bevisbördans placering – anser domstolen därför att de skrivna miljödeklarationerna bör ligga till grund för den fortsatta bedömningen. Av miljödeklarationerna framgår – som tidigare nämnts – att Huntons produkter har negativ påverkan på miljön. Den övriga bevisningen förändrar inte denna bild.

Redan av detta skäl får påståendena a–d, g), i) och j) anses vara ovederhäftiga och vilseledande. Marknadsföringens innehåll är sådant att den sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat beslut.

Marknadsföringen är därmed otillbörlig. Vid denna bedömning saknas skäl att pröva om marknadsföringen även strider mot andra bestämmelser i marknadsföringslagen.

Påståendena e), f), k) och l)

- e) "Genom att använda Hunton Nativo Träfiberisolering bidrar du till att minska utsläppen av CO₂ och andra växthusgaser" (bilaga 3)
- f) "Hunton Nativo Träfiberisolering är det bästa valet för eko-vänliga byggnader" (bilaga 3)
- k) "Huntons bygglösningar bidrar till mindre utsläpp av klimatgaser" (bilaga 6)
- l) "På så sätt bidrar trä till den största besparingen av CO₂-utsläpp" (bilaga 6)

Swedisol har i huvudsak gjort gällande att samtliga dessa påståenden ger intryck av dels att Huntons träfiberisoleringsprodukter och framställningsprocess är bra för miljön, dels att producenter av isoleringsmaterial framställda av mineralull förorenar miljön. Swedisol har vidare uppgett att när isoleringsmaterial ingår i en konstruktion har alla delar i konstruktionen betydelse för konstruktionens miljöpåverkan samt att isoleringsmaterialet som sådant ofta står för en mycket begränsad andel av konstruktionens totala miljöpåverkan. Huntons påståenden är enligt Swedisol ovederhäftiga, i första hand vilseledande och i andra hand oförenliga med kravet på god marknadsföringssed. Påståendena är dessutom, enligt Swedisol, av sådant slag att de påverkar eller sannolikt påverkar genomsnittsmottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut, detta även i märkbar mån, och därmed otillbörliga.

Huntonbolagen har i huvudsak invänt följande. Samtliga dessa påståenden är framställda i ett sammanhang som medför att påståendena uppfattas som relativa till andra isoleringsprodukter och ger inte intrycket att Huntons träfiberisoleringsprodukter och framställningsprocess är bra för miljön. Marknadsföringen är vederhäftig och varken i strid mot god marknadsföringssed, vilseledande eller otillbörlig.

Enligt domstolens mening får samtliga påståenden under e), f), k) och l) – sedda i sitt respektive sammanhang – anses ge genomsnittskonsumenten intrycket att byggnader som innehåller Huntons träfiberisoleringsprodukter i vart fall är bättre för miljön än byggnader som innehåller annan isolering (exempelvis mineralull).

Huntonbolagens bevisning tar även i denna del huvudsakligen sikte på att Huntonbolagens träfiberisolering innehåller överskottsmaterial från annan produktion, att det trä som används (till stor del) kommer från hållbart skogsbruk, att såväl Hunton Fiber AS som Steico SE har PEFC-certifiering (vilket är en standard för hållbart skogsbruk), att trä binder koldioxid under sin livstid, att livstiden för Hunttons produkter uppgår till minst 60 år och att produkterna är återvinningsbara.

Av förhöret med, och utlåtandet av, M.H. samt en av Swedisol åberopad artikel med titeln *"Life cycle assessment of ten insulation materials in different types of building walls"* får dock anses framgå att byggnaders vägg-konstruktion och totala energianvändning har betydligt större miljöpåverkan än valet av isoleringsmaterial samt att den miljömässiga skillnad som är hänförlig till valet av isoleringsmaterial är närmast försumbar (om man bortser från en viss isolering av plast).

Redan av detta skäl får påståendena e), f), k) och l) anses vara ovederhäftiga och vilseledande. Påståendena ger inte ett rättvisande helhetsbild. Marknadsföringens innehåll är sådant att det sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat beslut.

Marknadsföringen är därmed otillbörlig. Vid denna bedömning saknas skäl att pröva om marknadsföringen även strider mot andra bestämmelser i marknadsföringslagen.

Påståendena h) och m)

h) "Gröna byggnader gör dig smartare förutom att ge bättre sömn" (bilaga 4)

m) "De konstgjorda materialen kan avge giftiga gaser och partiklar i inomhus-luften. Industrin som tillverkat materialen förorenar miljön och förbrukar massor av energi. Själva slutprodukten utgör ofta även ett framtida avfallsproblem. Dessutom har det visat sig att hållbarheten hos de konstgjorda materialen ofta är kortare och sämre än gamla hederliga naturmaterial." (bilaga 7)

Swedisol har i huvudsak gjort gällande att dessa påståendena ger intryck av dels att Hunttons träfiberisoleringsprodukter och framställningsprocess är bra för miljön, dels att producenter av isoleringsmaterial framställda av mineralull förorenar miljön. Påståendena är enligt Swedisol ovederhäftiga, i första hand vilseledande och i andra hand oförenliga med kravet på god marknadsföringssed. Påståendet under m) är dessutom i sitt sammanhang, enligt Swedisol, misskrediterande. Enligt Swedisol är påståendena även av sådant slag att de påverkar eller sannolikt påverkar genomsnittsmottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut, detta även i märkbar mån, och därmed otillbörliga.

Huntonbolagen har i huvudsak invänt följande. Inget av dessa påståenden är av utpräglad kommersiell natur och utgör därmed inte marknadsföring. Påståendet under m) pekar inte ut någon producent av mineralull, varken direkt eller indirekt, och innebär inte någon misskreditering. Påståendena ger inte intrycket att Hunttons träfiberisoleringsprodukter och framställningsprocess är bra för miljön. Marknadsföringen är vederhäftig och varken i strid mot god marknadsföringssed, vilseledande eller otillbörlig. Det är inte sannolikt att påstående h) och m) påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

Det är enligt domstolens mening högst tveksamt om påstående h), som är en översättning av rubriken på den artikel som Hunton delar genom det aktuella inlägget på Facebook och som – såvitt framkommit – varken handlar om träfiberisolering eller Hunton, kan anses ha kommersiellt syfte och rent kommersiella förhållanden till föremål. Den frågan saknar dock avgörande betydelse i detta fall, eftersom det i vart fall inte framstår som sannolikt att den texten – sedd i sitt sammanhang – påverkar genomsnittskonsumentens förmåga att fatta ett välgrundat beslut avseende isoleringsprodukter. Swedisols talan ska alltså avslås såvitt gäller påståendet under h).

Påståendet under m) förekommer på en webbplats som innehåller marknadsföring av Hunttons träfiberisolering och anknyter till den övriga marknadsföringens övergripande budskap att Hunttons träfiberprodukter är miljövänliga. Mot den bakgrunden måste

påståendet under m) anses vara av utpräglad kommersiell natur, dvs. ha ett kommersiellt avsättningsfrämjande syfte och rent kommersiella förhållanden till föremål. Påståendet är alltså att betrakta som marknadsföring.

Det är ostridigt att mineralull är ett mycket vanligt förekommande isoleringsmaterial. Mot denna bakgrund måste påståendet under m) anses ge genomsnittskonsumenten intrycket att mineralull och dess produktion är dåligt från hälso- och miljösynpunkt. Det underförstådda budskapet måste anses vara att träfiberisolering är betydligt bättre i dessa avseenden.

Av åberopad bevisning framgår inte att det förhåller sig på sådant sätt. Påståendet under m) är alltså ovederhäftigt och vilseledande. Marknadsföringens innehåll är sådant att den sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat beslut.

Marknadsföringen är därmed otillbörlig. Vid denna bedömning saknas skäl att pröva om marknadsföringen även strider mot andra bestämmelser i marknadsföringslagen.

Påståenden om brandegenskaper

Påståendena n), v) och w) samt påståenden i den film som avses i yrkande 3

n) "Träets naturliga egenskaper gör att till exempel träfiberisolering blir till kol vid brand, och därmed skyddar både sig själv och strukturen mot lågorna. Dessutom innehåller isoleringen en naturlig brandhämmare som består av ammonium-polyfosfat som ytterligare förstärker förkolningsprocessen genom att fånga upp syret runt isoleringen när en eventuell låga slår upp." (bilaga 9)

v) "Träfibermaterial förkolnar på ytan medan mineralull smälter. Mineralull kommer därför att försvinna (smälta bort) under ett brandförlopp, och därmed exponera andra konstruktionsdelar för lågorna mycket tidigare än träfiberisolering skulle göra." (bilaga 8)

w) "T.ex. framställs en mineralull genom en smältprocess, och kommer därför att smälta på nytt när den utsätts för höga temperaturer. Nativo Träfiberisolering

kommer i stället att förkolna och stå emot lågorna betydligt längre än en isolering som smälter." (bilaga 8)

3) påstå eller ge intryck av att träfiberisolering har högre brandsäkerhet än isoleringsprodukter framställda av mineralull (en film, aktilaga 22).

Swedisol har i huvudsak gjort gällande att dessa påståenden ger intryck av att Huntonts träfiberisoleringsprodukter har högre brandsäkerhet än isoleringsmaterial framställda av mineralull. Huntonts påståenden är enligt Swedisol ovederhäftiga, i första hand vilseledande och i andra hand oförenliga med kravet på god marknadsföringssed. Påståendena under v), w) och i filmen är dessutom, var för sig eller i det sammanhang de förekommer, misskrediterande och utgör otillåtna jämförelser i reklam. Samtliga påståenden är, enligt Swedisol, av sådant slag att de påverkar eller sannolikt påverkar genomsnittsmottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut, detta även i märkbar mån, och därmed otillbörliga.

Huntonbolagen har i huvudsak invänt att i påståendena framhålls vissa faktiska och relevanta egenskaper hos träisolering, utan att påstå eller ge intrycket att Huntonts produkter har bättre klassificering än deras faktiska klassificering eller har högre brandsäkerhet än isoleringsmaterial framställda av mineralull. Marknadsföringen är enligt Huntonbolagen vederhäftig och varken i strid mot god marknadsföringssed, vilseledande eller otillbörlig. Den pekar enligt Huntonbolagen inte ut någon producent av mineralull, varken direkt eller indirekt, utgör inte någon jämförbar reklam, i vart fall inte någon otillbörlig sådan, och innebär inte någon misskreditering.

Enligt domstolens mening får samtliga påståenden under n), v), w) och yrkande 3 – sedda i sitt respektive sammanhang – anses ge genomsnittskonsumenten intrycket att Hunton Fibers träfiberisolering i praktiken har högre brandsäkerhet än isoleringsprodukter framställda av mineralull.

Huntonbolagen har egentligen inte åberopat någon bevisning som talar för att det förhåller sig på sådant sätt, utan i huvudsak hänvisat till att trä förkolnar på ytan, medan mineralull smälter, och till den film som framgår av aktilaga 22 och omnämns

i bilaga 8. Partssakkunnige E.A., som hörts på Swedisols begäran, har däremot uppgett bl.a. följande. Euroklassningen E innebär att träfiberisoleringen inte får användas som ytskikt och därför inte kommer att utsättas för lågorna på det sätt som förevisas i filmen. Det experiment som Hunton genomfört representerar alltså inte någon verklig brand. En träfiberisolering skyddar inte heller andra konstruktionsdelar från brand. Eftersom träfiber brinner kommer det – till skillnad från mineralull – att bidra till brandförloppet.

Mot denna bakgrund konstaterar domstolen att påståendena under n), v), w) och yrkande 3 är ovederhäftiga och vilseledande. Påståendena ger inte en rättvisande helhetsbild. Marknadsföringens innehåll är sådant att det sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat beslut.

Marknadsföringen är därmed otillbörlig. Vid denna bedömning saknas skäl att pröva om marknadsföringen även strider mot andra bestämmelser i marknadsföringslagen.

Påståenden om fuktegenskaper

Påstående o)–r)

o) "Hunttons träfiberisolering har faktiskt upp till tio gånger så stor kapacitet som mineralull när det gäller att ta upp, transportera och släppa ut fukt från väggar och tak" (bilaga 3)

p) "Nativo Träfiberisolering ger minst lika goda resultat som mineralull under de klimatbetingelser som testats" (bilaga 10)

q) "Nativo Träfiberisolering är inte lika beroende av en tät inre ångspärr som mineralullsisolering" (bilaga 10)

r) "Mineralullsisolering som inte absorberar fukt ökar tiden innan torkningen börjar. Mer vatten hinner rinna ner och fukta syllén än när Nativo Träfiberisolering används." (bilaga 10)

Swedisol har i huvudsak gjort gällande att dessa påståenden ger intryck av att Hunttons träfiberisoleringsprodukter har bättre egenskaper i fråga om hantering av fukt än isoleringsmaterial framställda av mineralull. Hunttons påståenden är enligt Swedisol ovederhäftiga, i första hand vilseledande och i andra hand oförenliga med kravet på god marknadsföringssed. De är dessutom, var för sig eller i det sammanhang de förekommer, misskrediterande och utgör otillåtna jämförelser i reklam. Påståendena är vidare, enligt Swedisol, av sådant slag att de påverkar eller sannolikt påverkar genomsnittsmottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut, detta även i märkbar mån, och därmed otillbörliga.

Huntonbolagen har i huvudsak invänt att i påståendena framställs Hunttons produkter i jämförelse med mineralull med avseende på några relevanta faktorer och på ett korrekt sätt, utan att ge intrycket att Hunttons produkter generellt har bättre eller likvärdiga egenskaper med avseende på fukt än isoleringsmaterial framställda av mineralull. Marknadsföringen är enligt Huntonbolagen vederhäftig och varken i strid mot god marknadsföringssed, vilseledande eller otillbörlig. Den pekar enligt Huntonbolagen inte ut någon producent av mineralull, varken direkt eller indirekt, utgör inte någon jämförbar reklam, i vart fall inte någon otillbörlig sådan, och innebär inte någon misskreditering.

Enligt domstolens mening får samtliga påståenden under o)–r) – sedda i sitt respektive sammanhang – anses ge genomsnittskonsumenten intrycket att det förhåller sig på det sätt som påstås samt att det innebär att Huntonbolagens träfiberisolering har bättre egenskaper i fråga om hantering av fukt än isoleringsmaterial framställda av mineralull.

Huntonbolagens bevisningen i denna del utgörs av ett antal artiklar och rapporter, visst informationsmaterial samt ett utlåtande av J.H. och L.G.. Nämnade L.G. har också hörts under huvudförhandlingen. Vidare har, på Swedisols begäran, hållits förhör med L.O., som även han avgivit ett skriftligt yttrande i målet.

När det gäller påstående o) har såväl L.G. som L.O. uppgett att träfiberisolering har betydligt större kapacitet än mineralull när det gäller att ta upp fukt ur luften, men däremot inte större kapacitet att transportera eller släppa ut fukt från väggar och tak. De har också bekräftat att fuktig isolering under vissa förutsättningar kan medföra att det uppstår mögeltillväxt. Den skriftliga bevisningen motsäger inte dessa uppgifter. Redan av dessa skäl konstaterar domstolen att påståendet under o) är ovederhäftigt och vilseledande.

När det gäller påstående p) konstaterar domstolen att det – såvitt framkommit – inte har gjorts några fuktberäkningar som avser verkligt klimat med temperaturvariationer (t.ex. dag/natt). Detta framstår som en brist, vilket också bekräftats av L.O. och indirekt även i en artikel av S.G.. Redan av detta skäl får också detta påstående anses vara ovederhäftigt och vilseledande.

När det gäller påstående q) har L.G. framhållit att SINTEF rekommenderar att en tät ångspärr används även om isoleringen består av träfiber. Han har dock tillagt att om det exempelvis uppstår ett hål i ångspärren, som medför att viss fukt kommer in i väggen, så medför träfiberisoleringens förmåga att ta upp fukt att det är något mindre risk för att det uppstår kondens på insidan av vindspärren än vad som vore fallet om väggen var isolerad med mineralull. Han har samtidigt bekräftat att träfiberisoleringens förmåga att ta upp fukt kan leda till mögeltillväxt samt att den typen av skador inte har undersökts i detta sammanhang. L.O. har uppgett att han inte har hittat något i det åberopade materialet som ger stöd för påståendet att träfiberisoleringen är mindre beroende av en tät inre ångspärr än mineralullsisolering. Han har därvid särskilt betonat risken för mögelpåväxt samt att den aspekten inte ens har studerats i undersökningarna. Det finns enligt domstolen inte något i den övriga bevisningen som förändrar denna bild. Även påståendet under q) får därmed anses vara ovederhäftigt och vilseledande.

När det slutligen gäller påståendet under r) har L.G. uppgett att valet av isoleringsmaterial har liten påverkan på uttorkningshastigheten, men att det finns försök som visar att träfiberisolering medför att det vid ett läckage är mindre risk att det på yttre delen av isoleringen uppstår kondens som kan rinna ned till syllen (jämfört med mineralull). Vidare har L.O. uppgett att mineralull torkar snabbare än träfiber, eftersom mineralull inte tar upp fukt. Han har även bekräftat att det i vissa situationer är större risk att eventuellt fritt vatten rinner ned till syllen om mineralull används än om träfiber används. Han har dock påpekat att det inte alls är säkert att det är bättre att fukten stannar i isoleringen än att den rinner ned till syllen, just på grund av risken för mögeltillväxt. Den skriftliga bevisningen förändrar inte denna bild.

Huntonbolagen har följaktligen varken styrkt att mineralullsisolering ökar tiden innan torkningen börjar eller att det är bättre i fukthänseende att eventuell fukt stannar i isoleringen än att den kondenseras och rinner ned till syllen. Även påståendet under r) får därmed anses vara ovederhäftigt och vilseledande.

Samtliga påståenden under o)–r) är alltså ovederhäftiga och vilseledande. Påståendena ger inte en rättvisande helhetsbild. Marknadsföringens innehåll är sådant att det sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat beslut.

Marknadsföringen är därmed otillbörlig. Vid denna bedömning saknas skäl att pröva om marknadsföringen även strider mot andra bestämmelser i marknadsföringslagen.

Påståenden om värmelagringsförmåga

Påstående s)–u)

- s) "Nativo Träfiberisolering, skivor och Nativo Träfiberisolering, lösull har något lägre intern konvektion än mineralull" (bilaga 10),
- t) "Träfiberisolering ger mer stabil innetemperatur vid temperaturväxlingar ute (natt/dag)." (aktbilaga 27, en film))

u) "Hunttons träfiberisolering installeras med upp till tre gånger så många kilo som isolering av mineralull per m², och kräver alltså en minimal tillförd energimängd för att skapa och bevara en behaglig och jämn inomhustemperatur året runt." (bilaga 3).

Swedisol har i huvudsak gjort gällande att dessa påståendena ger intryck av att Hunttons träfiberisoleringsprodukter har bättre värmelagringskapacitet än isoleringsmaterial framställda av mineralull. Hunttons påståenden är enligt Swedisol ovederhäftiga, i första hand vilseledande och i andra hand oförenliga med kravet på god marknadsföringssed. De är dessutom, var för sig eller i det sammanhang de förekommer, misskrediterande och utgör otillåtna jämförelser i reklam. Påståendena är vidare, enligt Swedisol, av sådant slag att de påverkar eller sannolikt påverkar genomsnittsmottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut, detta även i märkbar mån, och därmed otillbörliga.

Huntonbolagen har i huvudsak invänt att i påståendena framställs Hunttons produkter i jämförelse med mineralull med avseende på några relevanta faktorer och på ett korrekt sätt, utan att ge intrycket att Hunttons produkter generellt har bättre eller likvärdiga egenskaper med avseende på värmelagringskapacitet än isoleringsmaterial framställda av mineralull. Marknadsföringen är enligt Huntonbolagen vederhäftig och varken i strid mot god marknadsföringssed, vilseledande eller otillbörlig. Den pekar enligt Huntonbolagen inte ut någon producent av mineralull, varken direkt eller indirekt, utgör inte någon jämförbar reklam, i vart fall inte någon otillbörlig sådan, och innebär inte någon misskreditering.

Enligt domstolens mening får samtliga påståenden under s)–u) – sedda i sitt respektive sammanhang – anses ge genomsnittskonsumenten intrycket att Hunttons träfiberisoleringsprodukter har bättre värmelagringskapacitet än isoleringsmaterial framställt av mineralull.

När det gäller påstående s), som tar sikte på isoleringsmaterialet som sådant, har L.G. uppgett att mineralull har lägre intern konvektion än träfiberisolering.

Detta uttalande är förenligt med den övriga bevisningen i målet. Redan av detta skäl får påståendet anses vara ovederhäftigt och vilseledande. Den omständigheten att det har gjorts vissa försök på hela väggkonstruktioner som talar för att väggar med träfiberisolering i praktiken kan ha lägre intern konvektion än väggar med mineralull saknar betydelse för denna bedömning.

När det gäller övriga påståenden har E.-L. K., som hörts på Swedisols begäran, uppgett bl.a. att det inte finns några studier som styrker att en byggnad med träfiberisolering ger lägre energianvändning och/eller jämnare inomhustemperatur jämfört med en byggnad isolerad med mineralull samt att eventuella skillnader i fråga om värmekapacitet och luftpermeabilitet är för små för att ha effekt på en hel byggnad. Den övriga bevisningen i målet förändrar inte denna bild.

Mot denna bakgrund konstaterar domstolen att påståendena påståenden under s)–u) är ovederhäftiga och vilseledande. Påståendena ger inte en rättvisande helhetsbild. Marknadsföringens innehåll är sådant att det sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat beslut.

Marknadsföringen är därmed otillbörlig. Vid denna bedömning saknas skäl att pröva om marknadsföringen även strider mot andra bestämmelser i marknadsföringslagen.

Vitesförbud

Det är klarlagt att samtliga påtalade marknadsföringspåståenden har skett inom ramen för verksamheten i Hunton Fiber AB. Det finns därmed förutsättningar att rikta ett förbud mot det bolaget. Av utredningen framgår vidare att marknadsföringsmaterialet har tagits fram av Hunton Fiber AS på norska, för att sedan översättas till svenska och användas här. Detta har under förhör bekräftats av T.V., som uppgett att koncernens marknadsföringsmaterial produceras på olika språk av marknadsavdelningen på Hunton Fiber AS, i samarbete med dotterbolagen. Hunton Fiber AS har därmed varit så inblandat i marknadsföringen att det finns förutsättningar att meddela

förbud också mot det bolaget, i den mån Swedisol har yrkat att sådant förbud ska meddelas. Vad Huntonbolagen anfört utgör inte skäl att avstå från att meddela förbud, eller mot att förena förbudet med vite.

Ett förbud ska i första hand ta sikte på den eller de överträdelse(r) som har begåtts. För att förbudet ska få avsedd effekt bör det dock inte ges en så snäv utformning att förbudet kan kringgå genom en obetydlig justering, men inte heller en vidare utformning än att det klart framgår vilket slags handlingar förbudet avser. Förbud enligt marknadsföringslagen bör därmed utformas på så sätt att det för adressaten tydligt och preciserat framgår såväl vilken typ av marknadsföring som vilken eller vilka produktkategorier som avses (se t.ex. Patent- och marknadsöverdomstolens dom den 17 december 2019 i mål nr PMT 6997-18 s. 7 och 8).

Det saknas skäl att utforma förbudet på ett sätt som inkluderar lokutionen ”om så är fallet”, se MD 2013:13 p. 575 ff.

Mot denna bakgrund bör förbudet utformas på sätt som framgår av domslutet. Den av Swedisol angivna nivån på vitet framstår som väl avvägd.

Rättegångskostnader

Swedisol har i allt väsentligt vunnit målet. De delar som inte bifallits får anses vara av ringa betydelse. Swedisol har därför rätt till ersättning för sin rättegångskostnad. Ersättningen ska enligt 18 kap. 8 § rättegångsbalken fullt motsvara kostnaden för rättegångens förberedande och talans utförande jämte arvode till ombud eller biträde, såvitt kostnaden skäligen varit påkallad för tillvaratagande av föreningens rätt.

Swedisol har begärt ersättning med 1 961 992 kr exklusive moms, varav 1 549 000 kr avser ombudsarvode, 35 000 kr avser partens eget arbete (nedlagd tid), 324 924 kr avser ersättning till sakkunniga och resterande belopp avser andra utlägg.

Huntonbolagen har vitsordat Swedisols kostnadsanspråk, utom såvitt avser parts eget arbete.

Med hänsyn till målets art och omfattning anser domstolen att den begärda ersättningen får anses vara skäligen påkallad för att tillvarata föreningens rätt. Swedisol ska därför tillerkännas begärd ersättning för sin rättegångskostnad.

HUR MAN ÖVERKLAGAR se bilaga 11 (PMD-02).

Skriftligt överklagande, ställt till Patent- och marknadsöverdomstolen, ska ha kommit in till Patent- och marknadsdomstolen senast den 13 november 2020. Det krävs prövningstillstånd.

Stefan Johansson

Carl Rosenmüller

I avgörandet har de ekonomiska experterna Karin Svedberg Helgesson och Dimitrios Ioannidis deltagit. Rätten är enig.

STOCKHOLMS TINGSRÄTT
Registrering och kassan

Ink 2018-05-07

Akt.....PMT 6297-18
Aktbil.....8

STOCKHOLMS TINGSRÄTT
PMD:D

INKOM: 2018-05-07
MÅLNR: PMT 6297-18
AKTBIL: 8

← → ↻ Säker | https://hunton.se



Varför Hunton

Produkter och lösningar

Kalkylator

Dokumentation

Tips och råd

Referenser

Om Hunton

Sök



Kontakt Nyheter

Bilaga 7

Träffa oss på Nordbygg '18

Välkommen till Nordbygg 10-13 april

Läs mer



U-Värdekalkylator



Silencio® Thermo skivkalkylator



Hunton Nativo Träfiberisolering Skivor

Hunton Nativo Träfiberisolering är en naturlig och miljövänlig isolering i skivformat. Värmelagringen är utmärkt, och isoleringsskivorna kan användas både i väggar och tak.

Läs mer



Hunton Lättbalk

Hunton Lättbalk bidrar till flera möjligheter för arkitekten, en enklare byggprocess för snickaren samt en bättre byggnad för byggherren och husägaren.

Läs mer

STOCKHOLMS TINGSRÄTT
Registrering och kassan

Ink 2018-05-07

Akt.....

Aktbil.....

STOCKHOLMS TINGSRÄTT
PMD:D

INKOM: 2018-05-07

MÅLNR: PMT 6297-18

AKTUEL: 11 Bilaga 10

← Säker | https://hunton.se/nyheter/nativo-nytt-nordiskt-varumärke-hållbar-träfiberisolering/

Sök



Nativo® – nytt nordiskt varumärke för hållbar träfiberisolering

Hunton storsatsar på att öka kännedomen om miljövänlig träfiberisolering

Publicerade: 4. oktober 2017

Hunton storsatsar på att öka kännedomen om träfiberisolering. Ska utbilda marknaden kring möjligheterna med ett naturligt och förnyelsebart isolerings alternativ.

Som ett led i sin satsning på naturlig isolering byter nu Hunton namn på sin produkt Hunton Träfiberisolering till Nativo Träfiberisolering. Målsättningen är att proffsbyggare och konsumenterna ska uppfatta namnet som **det naturliga och miljövänliga alternativet**.

– Vi valde Nativo eftersom vi vill att våra kunder ska uppfatta varumärket som naturligt och miljövänligt. Nativo är en kombination av de engelska orden «nature» och «native» samt de norska orden «natur» och «naturlig» och speglar produktens egenskaper; **bra för miljön**, kunder och samhället i stort. Vi ska bygga ett högkvalitativt nordiskt varumärke som baseras på hållbarhet och sunda värderingar, säger [redacted] vd för Hunton.

100 % förnyelsebar isolering som ger bra arbetsmiljö och inneklimat

Nativo Träfiberisolering är en miljövänlig och 100 procent återvinningsbar produkt som är producerad av överskottsmaterial från virkesindustrin.

Träfiberisolering är även ett material som är enkelt och behagligt att arbeta med eftersom det inte irriterar huden. Dessutom skapar träfiber ett behagligt inomhusklimat. Produkten har en unik förmåga att lagra värme och ger en jämn och stabil inomhustemperatur året runt. Eftersom träfiberisolering är ett hygroskopiskt material så tar det upp, transporterar och avger fukt från väggar och tak i takt med att luftfuktigheten förändras. Egenskaper som dessa gör att materialet är särskilt bra lämpat för vårt tuffa nordiska klimat. Med en hög täthet har träfiberisolering även en starkt ljuddämpande effekt.

Nativo Träfiberisolering kan användas i väggar, tak och golv och finns både som isoleringsplattor och som lösullsisolering. Hunton har investerat över 200 miljoner norska kronor i en ny fabrik i Norge som kommer att vara klar under 2018. Fabriken ska producera träfiberisolering på restprodukter från virkesindustrin och på ren norsk energi.

Mer information om Nativo Träfiberisolering.

STOCKHOLMS TINGSRÄTT
Registrering och kassan
Ink 2018-05-07
Akt PMT 6297-18
Aktbil 9

STOCKHOLMS TINGSRÄTT
PMG:D

INKOM: 2018-05-07
MÅLNR: PMT 6297-18
AKTBIL: 9

Hunton Nativo® Träfiberisolering Skivor

Naturlig isolering med träfiber.

Här köper ni Nativo Träfiberisolering

Informationen

Detaljer

Dokumentation

Media

Hunton Nativo Träfiberisolering är en naturlig isolering i skivformat baserad på träfiber. Värmelagringen är utmärkt, och isoleringsskivorna kan användas både i väggar och tak.

Relaterade produkter



Hunton Isoleringssåg

Varför välja Hunton Nativo Träfiberisolering Skivor:

- Hunton Nativo Träfiberisolering är en naturlig isolering i skivformat baserad på träfiber
- Isoleringsskivorna är formstabila och förhindrar konvektion
- Isoleringen kan återvinnas
- Isoleringen har en utmärkt värmelagringskapacitet
- Träfiberisoleringen irriterar inte huden eller ger utslag
- Hunton Nativo Träfiberisolering Skivor är tekniskt godkända av SINTEF Byggeforsk

Genom att använda Hunton Nativo Träfiberisolering bidrar du till att minska utsläppen av CO₂ och andra växthusgaser. Isoleringsskivorna framställs från hållbart skogsbruk, och är 100 % återvinningsbar. Det naturliga materialet bidrar

dessutom till ett friskt inomhusklimat, och kan hanteras utan att huden irriteras eller får utslag.

Hunton Nativo Träfiberisolering är det bästa valet för eko-vänliga byggnader.

Hunton Nativo Träfiberisolering är en förnyelsebar resurs, och en hållbar isolering på både lång och kort sikt. Trä binder CO_2 , och genom att använda gammal skog och plantera nya träd, bidrar användningen av träfiberisolering till att förlänga bindningsprocessen.

Tekniskt godkännande

Hunton Nativo Träfiberisolering Skivor är tekniskt godkända av SINTEF Byggeforsk. Detta innebär att isoleringen överstiger kraven som ställs av byggtekniska regler.

SINTEF Byggeforsks tekniska godkännande av Hunton Nativo Träfiberisolering Skivor

Reducerar kondens

Fuktig luft kommer alltid att finnas både inne i och utanför ett hus. Samtidigt kommer luftfuktigheten på båda sidor om väggar och tak alltid att vilja jämna ut sig, och fuktvandringen genom en konstruktion pågår alltså hela tiden.

Den här fukten som är i rörelse kan kondensera i isoleringen i väggar och tak, bland annat som ett resultat av temperaturförändringar mellan dag och natt, samt vid stor fukthalt (dagstryck) från ut- eller insidan av byggnaden.

Hunttons träfiberisolering har faktiskt upp till tio gånger så stor kapacitet som mineralull när det gäller att ta upp, transportera och släppa ut fukt från väggar och tak. Denna egenskap är viktig, då temperaturen i det nordiska klimatet ändras snabbt, vilket gör att risken för kondens ökar.

Hunttons träfiberisolering i skivform skapar stabila och förutsägbara egenskaper för konstruktionen, vilket gör att den tål det tuffa nordiska klimatet med stora variationer i luftfuktighet och temperatur.

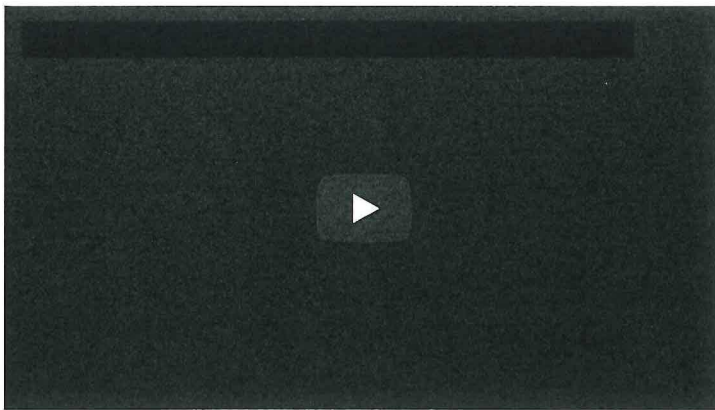
Värmelagring

Den höga värmelagringskapaciteten ger jämnare och varmare temperaturer inomhus under vintern och jämnare och svalare temperaturer under sommaren.

Jämförelser mellan isolering av mineralull (glas- och stenull) visar att Hunttons träfiberisolering har upp till dubbelt så hög värmelagringskapacitet per kilo. Hunttons träfiberisolering installeras med upp till tre gånger så många kilo som isolering av mineralull per m^2 , och kräver alltså en minimal tillförd energimängd för att skapa och bevara en behaglig och jämn inomhustemperatur året runt.

I praktiken kan värmelagringskapaciteten jämföras med effekten hos en täljstenskamin, där värmen lagras i stenen i flera timmar efter att elden har slocknat.

Denna video visar precis hur god värmelagringskapacitet som träfiberisolering har jämfört med mineralull:



Brandhämmande

Dom naturliga egenskaperna hos träfiberisolering gör att det förkolnar vid brand, precis som trä. Dessutom tillförs isoleringen en naturlig brandhämmande substans som också finns i brandsläckare. Ämnet består av kväve och fosfor (ammoniumsulfat), vilket ytterligare förstärker förkolningsprocessen genom att absorbera syret runt isoleringen vid en eventuell brand.

Trä smälter inte, men brinner med ungefärlig konstant hastighet. Det innebär att en eventuell brand kommer att utvecklas förutsägbart. Med sin låga värmeledningsförmåga ger trä en minimal temperaturökning på oexponerade sidor.

Blir väggar och tak tjockare om man väljer en träfiberisolering?

Väggar och tak blir inte tjockare om man väljer en isolering av träfiber i stället för mineralull. Med 250 mm träfiberisolering i väggar och 300 mm i tak ligger du innanför rekommenderat U-värde enligt byggnadstekniska regler.

Vad har träfiberisolering för lambdavärde?

Hunton Nativo Träfiberisolering Skivor har ett lambdavärde på 0,038 W/mK, men har upp till dubbelt så hög värmelagringskapacitet som mineralull. Träfiber har tack vare sin värmelagringskapacitet en väldigt låg värmeförlust, vilket bidrar till ett lägre behov av tillförd energi på vintern, och ger en jämnare och svalare inomhustemperatur på sommaren.



Teknisk helpdesk
teknisk@hunton.no

[Cookies och personskydd](#)

International sites

 hunton.no
 hunton.se
 hunton.dk
 hunton.fi
 huntonfiber.co.uk

Försäljningskontor Sverige
+46 40 15 38 00
hunton@hunton.se

Huvudkontor
+47 61 13 47 00
kundesenter@hunton.no

STOCKHOLMS TINGSRÄTT
Registrering och kassan

Ink 2018 -05- 07

Akt.....PMT 6297-18

Aktbil.....23

STOCKHOLMS TINGSRÄTT
PMD:D

INKOM: 2018-05-07
MÅLNR: PMT 6297-18
AKTBIL: 23

Hunton Fiber AB - Start x

www.facebook.com/huntonfiberab/

Bilaga 22

HUNTON

Hunton Fiber AB
@huntonfiberab

Startsida
Inlägg
Recensioner
Videoklipp
Foton
Om
Community

Själva en sida

Gilla Dela

Gilla Kommentera Dela

Eva Stenersen, Akt Ketonen och 2 andra gillar detta.

Hunton Fiber AB
den 20 januari 2017 · €

Färska studier visar att gröna byggnader gör dig smartare förutom att ge bättre sömn.



theguardian

Green buildings make you work smarter and sleep sounder, study reveals

Improved light, ventilation and heat control can boost workers' productivity by thousands of dollars a year and reduce instances of sick building syndrome

THEGUARDIAN.COM

Gilla Kommentera Dela

1 delning

Hunton Fiber AB har uppdaterat sitt omslagsfoto.
den 22 december 2016 · €



Sticka meddelande

Personer

379 gilla-markeringar

Användarna gillar också

Hunton Fiber
Bygghandelsbutik

Lasse Svenssons Frakttjänst AB
Resebyrå

Salsa Padre
Kök/matlagning

Platser ▶ Limhamn, Skåne Län, Sweden ▶

Shopping och detaljhandel ▶ Hunton Fiber AB

Svenska English (US) العربية Español
Português (Brasil)

Sekretess Användarvillkor Annonsering
Annonssval Cookies Läs mer
Facebook © 2018

SV 17:22
2018-04-04

STOCKHOLMS TINGSRÄTT
Registrering och kassan

Ink 2018-05-07

Akt..... PMT 629778

Aktbil..... 13

STOCKHOLMS TINGSRÄTT
PMD:D

INKOM: 2018-05

MÅLNR: PMT 629778

AKTNR: 13



Välsignad isolering

Publicerade: 15. april 2017

Tilläggsisolering i gamla byggnader kan vara en utmaning. I medeltidskyrkan i Fon valde man organisk träfiberisolering, då det är det bästa för en byggnad från 1100-talet.

För att minska uppvärmningskostnaderna och öka komforten för kyrkbesökarna och personalen som jobbar där, ville Fon kyrka isolera vinden. I en skyddad byggnad som denna måste Riksantikvarien godkänna allt som ska göras när det gäller underhåll och förbättringar.

– Vi har stöttat oss på fackexpertisen, och blev rekommenderade träfiberisolering. Det väger naturligtvis tungt att Riksantikvarien har godkänt och rekommenderat den här metoden för en medeltidskyrka som vår. Trossbotten i golvet på vinden hade minst sagt

ett minimalt värde som isolering, berättar kyrkvärden i Res kyrkoliga samfund, [REDACTED].

Redan på kort tid efter att projektet genomfördes har man märkt en väsentlig skillnad, speciellt i sakristian.

– Det tog hopplöst lång tid att få upp värmen där, ofta 3-4 dagar vid normalt vinterväder. Nu vi går från grundtemperaturen på 10 grader till komforttemperatur på bara 8-9 timmar. Vi har visserligen gjort andra mindre förbättringar, men den huvudsakliga effekten kommer från isoleringen av vinden, säger [REDACTED].

Lösningen innebär att man på en oinredd vind blåser ut en 30 centimeter tjock matta

med träfiber, som faktiskt påminner mycket om bomull. Träfiberisoleringens egenskaper gör att den fördelar sig jämnt och tätar sömlöst i alla vinklar och vrår, samt runt rör och andra konstruktioner. I sitt arbete med bevaring av skyddade byggnader har Riskantikvarien rekommenderat och godkänt organiska isoleringsprodukter. Bland dessa finns träfiberbaserade isoleringsmaterial, som till exempel Hunton Nativo Träfiberisolering.

– Träfiber är en naturlig produkt som lämpar sig särskilt bra till tilläggsisolering i trähus, där den bidrar till en god inomhusmiljö, både för huset och de som bor där. Luften hålls stilla, och den höga värmelagringskapaciteten gör att temperaturvariationerna jämnas ut. Samtidigt visar Sintef-tester att egenskaperna att ta upp, transportera och avge fukt är långt mycket bättre än de flesta andra isoleringstyperna, och att man på det här sättet undviker problematiken med kondens i form av vattenpärlor, berättar [REDACTED], VD för norska Trefiberisolering AS som är ett dotterbolag till Hunton Fiber.

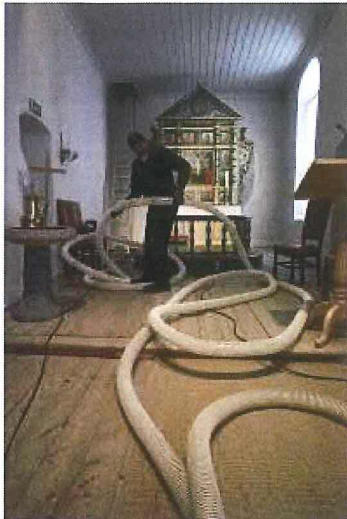


Med enkel tillgång till ett rymligt vindsutrymme som i Fon kyrka ryms all isolering och alla verktyg som behövs i en liten lastbil. Slangen kan dras ut 100 meter, vilket ger en god flexibilitet och enkel hantering. Arbetet går undan, och de tre skilda utrymmena i Fon på sammanlagt 100 kvadratmeter tog endast två timmar att isolera.

– På en öppen vind som i Fon kyrka kan processen gå mer än tio gånger fortare än traditionell isolering för hand. Den kompakta förvaringsformen gör att träfiberisolering bidrar till enkel logistik, eftersom man endast behöver dra in en slang i lokalen och fördela materialet som en tjock matta. Jämfört med isolering för hand ligger blåsning på cirka halva

priset, berättar [REDACTED].

Han radar upp flera fördelar med **träfiberisolering**, som att det är brandhämmande, ljuddämpande, ger dubbel värmelagringskapacitet, reducerar kondens och **är**



miljövänligt.

– I Sverige och Finland är andelen blåst isolering 30-40 procent, medan i Norge är den endast 5 procent. Vi tror dock att en ökad användning av trä från inlandet kommer att öka i framtiden, säger Lygren.

Produktionen av träfiberisolering är miljövänlig

eftersom råmaterialet är träflis, en restprodukt som industrin har överskott på. Isoleringen har en tillsats av naturlig brandhämmare, även om egenskaperna vid en eventuell brand redan är extra goda, eftersom träfibrerna förkolnas, och står på det sättet emot flammorna längre än konkurrerande produkter som framställts via en smältprocess.

För mer information, kontakta:

██████████ – Norsk Träfiberisolering:
tlf. + ██████████ / mail: ██████████

Related products



Hunton Native® Träfiberisolering Lösull
Naturlig träfiberisolering som enkelt blåses in i konstruktionen.



Hunton Intello Plus
Högeffektiv och smidig ångbroms.



Teknisk helpdesk
teknisk@hunton.no

[Cookies och personskydd](#)

Försäljningskontor Sverige
+46 40 15 38 00
hunton@hunton.se

Huvudkontor
+47 61 13 47 00
kundesenter@hunton.no

International sites

 hunton.no

 hunton.se

 hunton.dk

 hunton.fi

 huntonfiber.co.uk

 [Hunton Middle East](#)

Ink 2018-05-07

Akt.....PMT 6297-18

Aktbil.....15

STOCKHOLMS TINGSRÄTT
PMD:DINKOM: 2018-05-07 ☆
MÅLNR: PMT 6297-18
AKTBIL: 15

Bilaga 14

← ↻ Säker | https://hunton.se/miljo/koldioxidutslapp/

Sök



f

YouTube

Hunttons bygglösningar bidrar till mindre utsläpp av klimatgaser

Miljöpåverkan: Alla växthusgaser/klimatgasutsläpp som orsakas av ett lands konsumtion, inklusive investeringars, människors, hushålls och den offentliga sektorns konsumtion.

Co₂-utsläppen i Norge låg 2015 på 53,9 miljoner ton. Fossilt utsläpp utgjorde 44 miljoner ton.

Trä binder kol.

Co₂, eller koldioxid, är en av många växthusgaser*, men av växthusgaser som människan är orsak till utgör Co₂ ca 88 %.

Eftersom trä binder kol anses skog och användning av träprodukter vara en lösning på att minska Co₂-utsläppen.

Trä kan potentiellt binda i genomsnitt upp till 1,8 kilo Co₂ per kilo virke (uppmätt mängd utsläpp) Varje år binder den norska skogen ungefär 25 miljoner ton Co₂. Utvinning och användning av trä från skogen binder ytterligare 10 miljoner ton Co₂. Inget annat material, som till exempel stål, betong eller mineralbaserade material, kan mäta sig mot trä.

**Växthusgaser är gaser som påverkar klimatet och bidrar till växthuseffekten.*

På så sätt bidrar trä till den största besparingen av Co₂-utsläpp.

- Skogen binder Co₂
- Fullvuxna skogar används i produkter
- Träprodukter kan framställas med en låg förbrukning av fossila bränslen och en hög andel förnybar energi/bioenergi.
- Lätta trämaterial är dessutom bättre för klimatet genom att mer material kan lastas i samma transport.
- Om träproduktens livslängd förlängs binds ännu mer Co₂.
- Träprodukter ersätter andra produkter som inte är lika hållbara, som till exempel stål, betong, aluminium, gips och mineralull (som i de flesta fall avger mer Co₂ under framställningen)
- Träprodukter återvinns
- Den återvunna produkten används till energi, och leder till en minskning av användningen av fossilt bränsle, som till exempel kol, olja och naturgas.

2011 kom över 80 % av världens energiförbrukning från fossilt bränsle.

STOCKHOLMS TINGSRÄTT
Registrering och kassan

Ink 2018 -05- 07

Akt.....PMT 6297 78

Aktbil.....18

STOCKHOLMS TINGSRÄTT
PMD:D

INKOM: 2018-05-07

MÅLN: PMT 6297-18

Kontakt

Nyheten

🇸🇪

🇩🇰

🇳🇴

🇫🇮

🇩🇪

🇬🇧

🇮🇹

🇪🇸

🇫🇷

🇮🇸

Bilaga 16



Varför Hunton

Produkter och lösningar

Kalkylator

Dokumentation

Tips och råd

Referenser

Om Hunton

Sök



Klimat och miljö

Energiförbrukning och miljöföroreningar är ett brett ämne.

Vår jord är full av miljögifter och energiförbrukningen stiger hela tiden, något som i de flesta fall bidrar till en ännu större ökning av föroreningar. Byggsektorn står för 40 % av världens totala energiförbrukning, och dessutom håller tiotusentals konstgjorda material och kemikalier på att ersätta traditionella byggmaterial.

De konstgjorda materialen kan avge giftiga gaser och partiklar i inomhusluften.

Industrin som tillverkat materialen förorenar miljön och förbrukar massor av energi.

Själva slutprodukterna utgör ofta även ett framtida avfallsproblem. Det har dessutom visat sig att hållbarheten hos de konstgjorda materialen ofta är kortare och sämre än gamla hederliga naturmaterial. Men, inte alla naturmaterial är ofarliga.

STOCKHOLMS TINGSRÄTT
Registrering och kassan

Ink 2018 -05- 07

Akt.....PMT 6297-18

Aktbil.....21



HUNTON

Nativo® Träfiberisolering

STOCKHOLMS TINGSRÄTT
PMD:D

INKOM: 2018-05-07
MÅLNR: PMT 6297-18
AKTBIL: 21

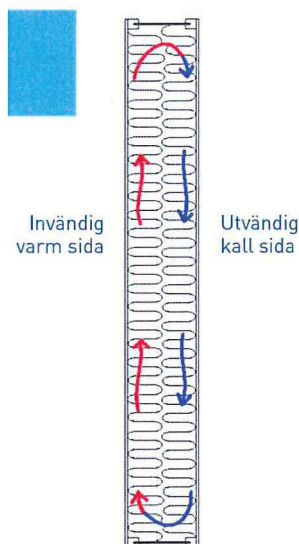
HUNTON NATIVO® TRÄFIBERISOLERING



Handbok för energi- och miljöriktig byggnadsisolering

Hunton Nativo Träfiberisolering ökar boendekomforten samtidigt som den förbättrar energibalansen i huset. Träfiberisolering kännetecknas av bra fukthanterande och värmebevarande egenskaper, och materialet bidrar till ett sunt och behagligt inomhusklimat. Isoleringen är lätt att bearbeta och den är allergivänlig, behaglig och åldringsbeständig – ett byggmaterial som varar i generationer.





Konvektion i väggkonstruktionen

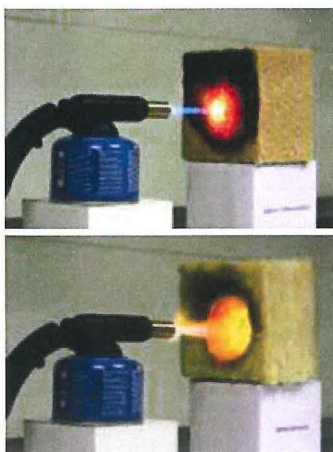
Konvektion

Luftflöde i isolering eller i hålrum i allmänhet kallas konvektion. Konvektion beror på att varm luft är lättare än kall. Eftersom det är stillastående luft i isoleringen som ger den faktiska isoleringseffekten leder konvektion till värmeförlust. Träfiberisolering minskar konvektion och värmeförluster i strukturer. Som SINTEF Byggeforsk påpekar (Byggeforskblad 573.344 Varveisolasjonsmaterialer) ger isoleringsmaterial av naturfiber betydligt mindre luftväxling än andra material, t.ex. lätta mineralullsmatador. Mindre luftcirkulation och lägre luftgenomströmning minskar värmeförlusterna och därmed behovet av energi.

Luftflöden transporterar vanligtvis betydande mängder vattenånga. På grund av temperaturgradienten i strukturen kommer denna vattenånga att kondenseras när daggpunkten nås. Genom att minska konvektionen och därmed luftflödena kan man minska risken för fuktrelaterade skador.

Brand

Byggmaterial måste uppfylla särskilda brandtekniska prestanda. Följande euroklasser för antändlighet och brandspridning används för att fastställa kraven på vägg- och innertaktytor: A1, A2, B, C, D, E, F. A1 representerar den högsta prestandanivån. Hunton Nativo Träfiberisolering är impregnerad med naturligt flamskyddsmedel och uppfyller euroklass E. Den kan användas i Br 3-byggnader, det vill säga byggnader i ett plan och småhus (bostäder) i två plan (eventuellt 3 plan). Nativo Träfiberisolering kan också med vissa begränsningar användas i Br 2-byggnader. En standardiserad väggkonstruktion, Hunton Väggen, har testats och uppfyller kraven på brandmotstånd REI 30. Hunton Väggen har även norskt Teknisk Godkjenning. Se även www.hunton.se respektive www.hunton.no.



Träfiberisolering i form av skivor och vanlig mineralullsisolering; reaktion vid inverkan av en enkel flamma, förkolning och smältning.

Bilderna till vänster visar att standardiserade testmetoder inte alltid återspeglar materialets brandmotstånd i praktiken. Om man riktar en flamma från en gasbrännare mot träfiberisolering (klass E) och en motsvarande flamma mot isolering av mineralull (här med klass A2) visar det sig att **träfibermaterial förkolnar på ytan medan mineralull smälter. Mineralull kommer därför att försvinna (smälta bort) under ett brandförlopp, och därmed exponera andra konstruktionsdelar för lågorna mycket tidigare än träfiberisolering skulle göra.**

5 fördelar med Hunton Nativo® Träfiberisolering



Dubbel värmelagringskapacitet

Genom att välja Nativo Träfiberisolering får du en produkt med unik förmåga att lagra värme. Träfiberisoleringens termiska massa låter den fungera som en värmeackumulator som avger värme långsamt. Detta ger dig en stabil inomhustemperatur – på sommaren blir huset inte för varmt och på vintern kyls det inte ut lika snabbt. Du kommer att märka skillnaden!



10 gånger större förmåga att transportera fukt!

Nativo Träfiberisolering tar upp och avger fukt (hygroskopisk process) efterhand som luftfuktigheten i omgivningen förändras. Detta skapar en stabil struktur som tål det tuffa nordiska klimatet med stora variationer i luftfuktighet. Inget material på marknaden är lika bra som träfiberisolering när det gäller att transportera ut och avge fukt från en struktur.



Bra brandskydd

Ingen av dagens godkända isoleringsprodukter brinner, och skillnaden ligger i om de smälter eller förkolnas vid brand. T.ex. framställs en mineralull genom en smältprocess, och kommer därför att smälta på nytt när den utsätts för höga temperaturer. Nativo Träfiberisolering kommer i stället att förkolna och stå emot lågorna betydligt längre än en isolering som smälter. Dessutom har ett naturligt flamskyddsmedel i form av ammoniumsulfat tillsatts isoleringsmaterialet. Substansen stöder förkolningsprocessen genom att absorbera syre från isoleringsmaterialet i händelse av brand.



Sunt inomhusklimat

Nativo Träfiberisolering är dimensions- och formstabil, oavsett om du väljer skivor eller lösull. Tack vare träfibers naturliga förmåga att minska luft rörelser i isoleringen uppstår god tätning runt fönster och bjälklag. Med lösull går det att fylla ut och täta där ingen annan typ av isolering når. Med färre köldbryggor slipper du ett kallt och dragigt hus. Du får högre boendekomfort, en hälsosammare inomhusmiljö och lägre elräkning. Nativo Träfiberisolering är dessutom en naturlig produkt som inte irriterar hud eller luftvägar, varken under eller efter installationen.



Ljudisolering

Nativo Träfiberisolering har utmärkta ljudisolerande egenskaper. Träfiberisolering är mjuk och har samtidigt högre densitet (kg massa per m³) än andra typer av isolering. Detta gör att träfiberisolering absorberar och dämpar ljud mycket effektivt.



Hunton Nativo Träfiberisolering är godkänd av det norska byggforskningsinstitutet SINTEF och kan blåsas in i väggar, golv och tak i nya och gamla byggnader.



* SINTEF konstaterar följande: "Nativo Träfiberisolering är inte lika beroende av en tät inre ångspärr som mineralullsisolering."



HUNTON

Hunton Fiber AB • Gustavsgatan 34 • 216 11 Limhamn

Telefon 040-15 38 00

www.hunton.se



Ink 2018-05-07

Akt.....

Aktbil.....

PMT 629778
19STOCKHOLMS TINGSRÄTT
PMD:DINKOM: 2018-05-07
MÅLNR: PMT 629778
AKTBIL: 19

Bilaga 18

används i produktion och skogen återanvänds som råvara för att bidra till att minimera miljöpåverkan.

*Co2 består av en kol- och två syreatomer.

Lång hållbarhet

Träets livslängd beror på träets naturliga hållbarhet samt hur träet är behandlat. Träprodukten kommer att hålla i flera hundra år!

Liksom andra organiska råmaterial är trä nedbrytbart. I Norge är mögel den största anledningen till att trä har en kortare livslängd. En utformning av trä materialet som håller fuktnivån under 20 % hjälper till att minimera mögelangrepp.

Starkt

Trämateriäl är starkt och hårt, men ändå formbart, vilket ger det nästan oändliga arkitektoniska möjligheter. Dessutom är trä lätt i jämförelse med många andra byggmaterial. Det gör både hanteringen enklare och transporten mer ekonomisk.

Allsidigt

Trä är ett organiskt och levande material som finns i många olika varianter, och alla har unika utseenden, egenskaper och kvaliteter.

Estetiskt

Trä är ett klassiskt material i många variationer som tilltalar de flesta.

Brandhämmande

Träets naturliga egenskaper gör att till exempel träfiberisolering blir till kol vid brand, och därmed skyddar både sig själv och strukturen mot lågorna. Dessutom innehåller isoleringen en naturlig brandhämmande som består av ammoniumpolyfosfat som ytterligare förstärker förkolningsprocessen genom att fånga upp syret runt isoleringen när en eventuell låga slår upp.

Isolerar värme och ljud

Träfiber är en termisk massa som värms upp och sedan avger den värmen under en lång tid. Detta skapar en stabil temperatur inomhus: På sommaren blir huset inte uppvärmt, och på vintern blir det inte kallt lika snabbt. Dessutom absorberar och dämpar träet ljud väldigt bra.

Reglerar fuktnivåerna

Träfiber suger upp och leder bort fukt i takt med omgivningen.

En effektiv bortledning av fukt kan förhindra fuktskador, vilket i sin tur förhindrar svampangrepp och förbättrar både inomhusklimatet och hälsan.

Förnyelsebart

Trä är mycket bra för återvinning, oavsett om det återanvänds, återvinns som ny produkt eller används som bioenergi.

Traditionsrikt

Norge har en lång tradition av att använda trä som byggmaterial. Våra äldsta träbyggnader är faktiskt ungefär 1000 år gamla.

Vad är en trädstam?

STOCKHOLMS TINGSRÄTT
Registrering och kassan

Ink 2018-05-07

Akt.....

Aktbil.....



HUNTON

Nativo® Träfiberisolering

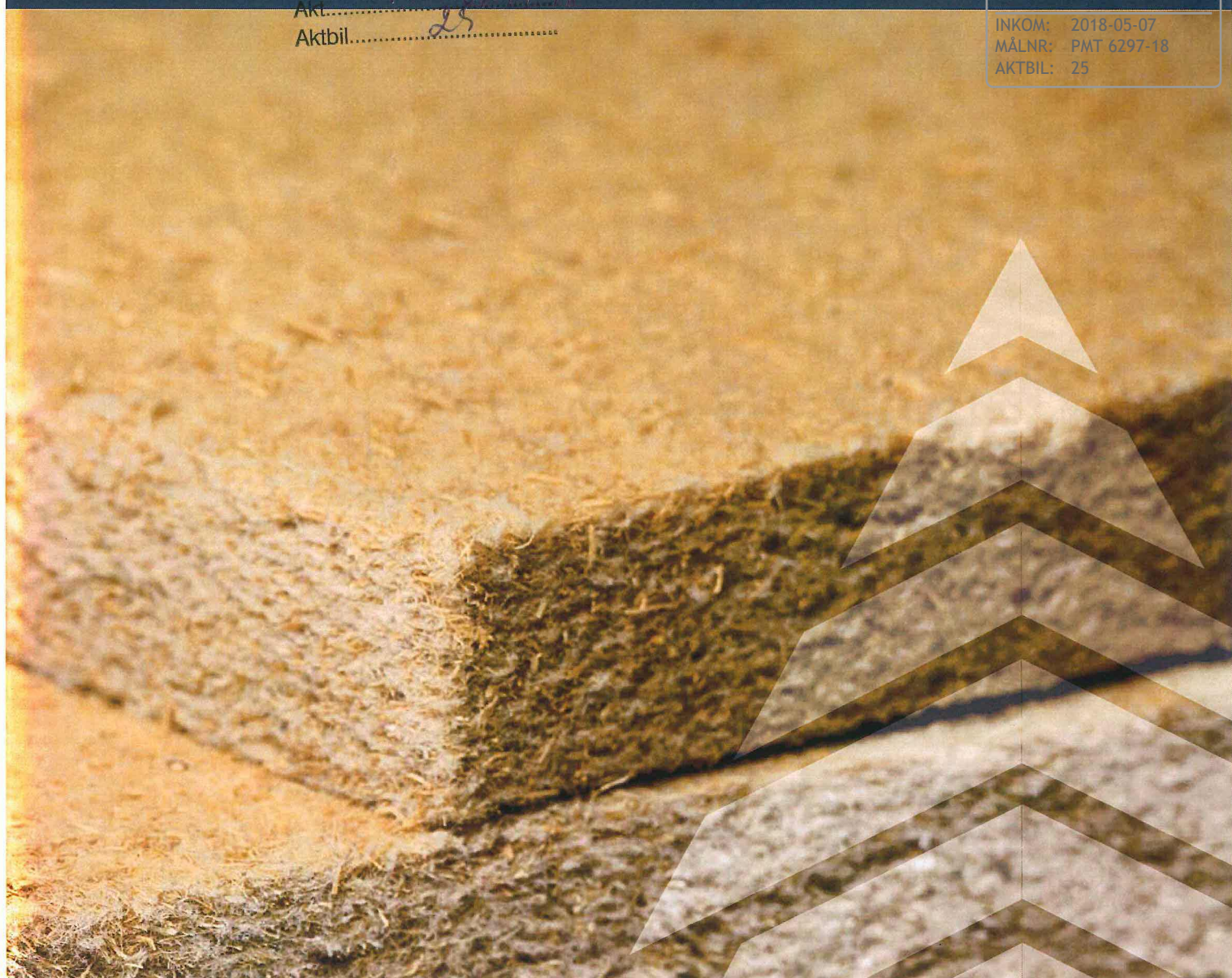
STOCKHOLMS TINGSRÄTT

PMD:D

INKOM: 2018-05-07

MÅLNR: PMT 6297-18

AKTBIL: 25



HANDBOK FÖR ENERGI- OCH MILJÖRIKTIG BYGGNADSISSOLERING

HUNTON NATIVO® TRÄFIBERISOLERING

Hunton Nativo Träfiberisolering ökar boendekomforten samtidigt som den förbättrar energibalansen i huset. Träfiberisolering kännetecknas av bra fukthanterande och värmebevarande egenskaper, och materialet bidrar till ett sunt och behagligt inomhusklimat. Isoleringen är lätt att bearbeta och den är allergivänlig, behaglig och åldringsbeständig – ett byggmaterial som varar i generationer.

Egenskaper hos Hunton Nativo® Träfiberisolering, lösull och skivor

Under perioden 2012-2014 genomförde Hunton Fiber ett projekt i samarbete med SINTEF Byggforsk för att undersöka om träfiberisolering är ett lämpligt material för nordiska klimatförhållanden. I samband med detta dokumenterades ett antal positiva egenskaper med avseende på brandsäkerhet och byggfysik. Träfiberisoleringen har erhållit SINTEF Tekniskt Godkännelse, ETA (European Technical Approval) och SINTEF Produktsertifikat. Se www.hunton.se för ytterligare information.

Byggfysik

Fukt

Träfiberisolering har unika egenskaper när det gäller fukt. Det kan ta upp, transportera och avge fukt i mycket större utsträckning än någon annan typ av isolering. Det beror på att trä är ett hygroskopiskt material. Detta minskar risken för kondens i den bärande strukturen och liknande byggnadsskador. Dessutom bidrar materialets fuktdynamik till ett jämnt och sunt inomhusklimat.

SINTEF sammanfattar på följande sätt, efter omfattande tester:

- "Nativo Träfiberisolering ger minst lika goda resultat som mineralull under de klimatbetingelser som testats."
- "Nativo Träfiberisolering är *inte* lika beroende av en tät inre ångspärr som mineralullsisolering."
- "Nativo Träfiberisolering, skivor och Nativo Träfiberisolering, lösull har något lägre intern konvektion än mineralull."
- "Fuktbuffertegenskaperna hos Nativo Träfiberisolering dämpar svängningar i den relativa luftfuktigheten som beror på väderförhållanden."
- "Mineralullsisolering som inte absorberar fukt ökar tiden innan torkningen börjar. Mer vatten hinner rinna ner och fukta syllan än när Nativo Träfiberisolering används."



5 fördelar med Hunton Nativio® Träfiberisolering



Dubbel värmelagringskapacitet

Genom att välja Nativio Träfiberisolering får du en produkt med unik förmåga att lagra värme. Träfiberisoleringens termiska massa låter den fungera som en värmeackumulator som avger värme långsamt. Detta ger dig en stabil inomhustemperatur – på sommaren blir huset inte för varmt och på vintern kyls det inte ut lika snabbt. Du kommer att märka skillnaden!



Bra brandskydd

De naturliga egenskaperna hos träfiberisolering gör att det förkolnar vid brand, precis som trä. Dessutom tillförs isoleringen en naturlig brandhämmande substans som också finns i brandsläckare. Ämnet består av kväve och fosfor (ammoniumsulfat), vilket ytterligare förstärker förkolningsprocessen genom att absorbera syret runt isoleringen vid en eventuell brand.

Trä smälter inte, utan brinner med ungefärlig konstant hastighet. Det innebär att en eventuell brand kommer att utvecklas förutsägbart. Med sin låga värmeledningsförmåga ger trä en minimal temperaturökning på oexponerade sidor.



Ljudisolering

Nativio Träfiberisolering har utmärkta ljudisolerande egenskaper. Träfiberisolering är mjuk och har samtidigt högre densitet (kg massa per m³) än andra typer av isolering. Detta gör att träfiberisolering absorberar och dämpar ljud mycket effektivt.



10 gånger större förmåga att transportera fukt!

Nativio Träfiberisolering tar upp och avger fukt (hygroskopisk process) efterhand som luftfuktigheten i omgivningen förändras. Detta skapar en stabil struktur som tål det tuffa nordiska klimatet med stora variationer i luftfuktighet. Inget material på marknaden är lika bra som träfiberisolering när det gäller att transportera ut och avge fukt från en struktur.



Sunt inomhusklimat

Nativio Träfiberisolering är dimensions- och formstabil, oavsett om du väljer skivor eller lösull. Tack vare träfibers naturliga förmåga att minska luft rörelser i isoleringen uppstår god tätning runt fönster och bjälklag. Med lösull går det att fylla ut och täta där ingen annan typ av isolering når. Med färre köldbryggor slipper du ett kallt och dragigt hus. Du får högre boendekomfort, en hälsosammare inomhusmiljö och lägre elräkning. Nativio Träfiberisolering är dessutom en naturlig produkt som inte irriterar hud eller luftvägar, varken under eller efter installationen.



Hunton Nativio Träfiberisolering är godkänd av det norska byggforskningsinstitutet SINTEF och kan blåsas in i väggar, golv och tak i nya och gamla byggnader.

* SINTEF konstaterar följande: "Nativio Träfiberisolering är inte lika beroende av en tät inreängspärr som mineralullsisolering."



HUNTON

Hunton Fiber AB • Gustavsgatan 34 • 216 11 Limhamn

Telefon 040-15 38 00

www.hunton.se





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.