



Tid: 09.30-10.30

BESLUTSBILAGA

RÄTTEN

rådmannen Lars Borg

PROTOKOLLFÖRARE

tingsfiskalen Louise Petrelius

PARTER

Kärande

Konsumentombudsmannen
118 87 STOCKHOLM

Svarande

1. inkClub AB, 556483-9586
Box 23027
750 23 Uppsala
Närvarande genom ombud och ställföreträdare

2. ställföreträdaren A N N

Personligen närvarande och genom ombud

3. ställföreträdaren L N

Personligen närvarande och genom ombud

Ombud för 1-3:
advokaten K C

SAKEN

Vilseledande marknadsföring m.m.

Dok.Id 28267

Postadress	Besöksadress	Telefon	Telefax	Expeditionstid
Box 8307	Fleminggatan 14	08-657 50 35	08-657 57 47	måndag – fredag
104 20 Stockholm		E-post:		09:00-12:00
		stockholms.tingsratt.avdelning4@dom.se		13:00-15:00
		www.stockholmstingsratt.se		

Yrkanden och inställning

A H framställer Konsumentombudsmannens (KO) yrkande i enlighet med stämmningsansökningen, aktbil 1, med följande justeringar.

Yrkande 1

KO yrkar, jämväl interimistiskt, förbud vid vite för inkClub AB (inkClub) samt för L N och A N N att vid marknadsföring av *produkter relevanta till datorer** använda beteckningen "1 kr", "0 kr" eller uttrycket "kostnadsfritt" eller på annat liknande sätt förmedla intrycket att varan kan erhållas utan motprestation av konsumenten när så inte är fallet.

Yrkande 2

KO yrkar, jämväl interimistiskt, förbud vid vite för inkClub samt för L N och A N N att vid marknadsföring av *produkter relevanta till datorer** erbjuda förvärv av produkter utan ersättning och mot symbolisk ersättning eller på annat liknande sätt förmedla intrycket att varan kan erhållas utan motprestation av beställaren utan att lämna tydlig information om villkoren för att utnyttja erbjudandet och om erbjudandets värde på sätt som skett eller på väsentligen samma sätt.

K C KO:s yrkanden bestrids i dess helhet.

Utveckling av talan

A H utvecklar grunden för yrkande 1 i enlighet med aktbil 1 och anför därvid följande. Enligt KO är den aktuella marknadsföringen vilseledande enligt 6 § andra stycket 3 marknadsföringslagen, se aktbil 3 och 5-11. Genom att marknadsföra bläckpatroner respektive skrivare (aktbil 6) för 1 kr alternativt 0 kr förmedlas intrycket att konsumenten kan köpa produkten utan någon motprestation. Vid beställning av den

** Rättsse 2005-0415
Skall rätteligen stå: relaterade.
/ Louise Petrelius

marknadsförda produkten visar det sig emellertid att det tillkommer en betydande expeditionsavgift på 49 kr. Vid köpet av skrivaren, aktbil 6, tillkommer en avgift på 99 kr bestående i expeditions- och fraktavgift. Informationen om den tillkommande avgiften är undangömd och den anges i mycket liten stilgrad. Konsumenten vilseleds härigenom och marknadsföringen är därmed otillbörlig. Annons på Aftonbladets hemsida inges, aktbil 43.

K C utvecklar grunden för bestridandet avseende yrkande 1 i enlighet med aktbil 17 och anför därvid följande. inkClub vidhåller att KO:s yrkande är alltför omfattande och otydligt varför yrkandet bör ogillas redan på den grunden. För det fall tingsrätten skulle finna att yrkandet är tillräckligt tydligt gör inkClub gällande att marknadsföringen inte är vilseledande. Det framgår med klarhet att expeditionsavgift tillkommer vid köp av bläckpatroner och skrivare i marknadsföringen. inkClub bestrider att informationen om den tillkommande avgiften är undangömd och att stilen är mycket liten. Detta gäller även marknadsföringen på Internet. Att det tillkommer avgifter för expedition och/eller frakt vid postorderköp är fullt brukligt och något som konsumenter är vana vid. Expeditionsavgiften på 49 kr utgår alltid oavsett orderns storlek. Den av inkClub tillämpade expeditionsavgiften är ej heller särskilt hög i jämförelse med andra företag inom postorderbranschen. inkClub har i många fall redan upphört med vissa av de påtalade annonserna vilket inkClub menar är en viktig omständighet som bör beaktas vid ett ställningstagande till KO:s interimistiska förbudsyrkanden. inkClub har helt upphört med annonserna i aktbil 3, 8 och med erbjudandet om skrivare för 1 kr i aktbil 6. Det stämmer att inkClub fortsätter att marknadsföra bläckpatroner till ett pris om 1 kr och att det tillkommer en expeditionsavgift på 49 kr.

A H utvecklar grunden för yrkande 2 i enlighet med aktbil 1 och anför därvid följande. Det är i detta fall fråga om förmånserbjudanden med innebörden att konsumenten erbjuds en produkt till en mycket låg kostnad samtidigt som konsumenten åtar sig att köpa något annat. Vid denna typ av marknadsföring är det tillåtet att ange priset 1 kr på tilläggsprodukten under förutsättningen att det finns

tydlig information om villkoren för att utnyttja erbjudandet och uppgift om värdet på tilläggsprodukten. I den påtalade marknadsföringen, aktbil 4-5 och 9-11, saknas genomgående uppgifter om värdet på tilläggsprodukten och om villkoren för att utnyttja erbjudandet. Marknadsföringen strider således mot 13 § marknadsföringslagen och är därmed otillbörlig.

K C utvecklar grunden för bestridandet avseende yrkande 2 i enlighet med aktbil 17 och anför därvid följande. I likhet med KO:s yrkande 1 anser inkClub att även KO:s yrkande 2 är alltför omfattande och otydligt varför yrkandet bör ogillas redan på den grunden. För det fall tingsrätten skulle finna att yrkandet är tillräckligt tydligt gör inkClub gällande att marknadsföringen inte strider mot kraven i 13 § marknadsföringslagen. inkClub har upphört med samtliga av de av KO påtalade annonserna om förmånserbjudanden, aktbil 4-5 och 9-11, vilket bör beaktas vid bedömningen av behovet av ett interimistiskt förbud. inkClub gör gällande att det finns tydlig information om villkoren för hur konsumenten skall utnyttja förmånserbjudandena. Såvitt avser annonserna på Internet kan konsumenten lätt ”klicka” sig fram för att få information om villkoren och vad gäller de övriga annonserna hänvisas konsumenten till inkClubs hemsida där denne kan ta del av villkoren. Det stämmer att värdet på tilläggsprodukten inte anges i marknadsföringen.

För det fall tingsrätten kommer att meddela ett beslut om interimistiskt förbud hemställer inkClub om en övergångsperiod på tre månader för att kunna rätta sig efter beslutet.

A H : En viss övergångsperiod kan medges för att möjliggöra för inkClub att rätta sig med hänsyn till att beställda annonser kan vara svåra att ändra på. KO anser dock att tre månader är en för lång tid. Den omständigheten att konsumenten måste ”klicka” sig fram för att ta del av villkoren på Internet är i sig inte otillbörligt men det är inte tillräckligt tydligt.

Det antecknas att parterna vidhåller vad som anförts i aktbil 1 respektive aktbil 17 avseende talan mot A N N och L N och att de inte har något att tillägga därutöver.

Sammanträdet förklaras avslutat med tillkännagivande om att interimistiskt beslut kommer att meddelas genom att hållas tillgängligt på tingsrättens kansli (avdelning 4) den 12 april 2005 från kl. 13.30.

Efter enskilt övervägande meddelar tingsrätten följande

BESLUT (att meddelas den 12 april 2005 kl. 13.30)

För att ett interimistiskt förbud skall få meddelas krävs att käranden visar sannolika skäl för sin talan. En ytterligare förutsättning är att det skäligen kan befaras att svaranden under processens gång på något sätt handlar så att betydelsen av en dom om förbud minskas. Tingsrätten anser inte att det i förevarande mål finns skäl för ett interimistiskt förbud.

KO:s yrkanden om utfärdande av interimistiskt förbud lämnas utan bifall.

Beslutet får överklagas särskilt. Överklagande, ställt till Marknadsdomstolen, skall ha inkommit till tingsrätten senast den 3 maj 2005.

Målets fortsatta handläggning

KO föreläggs att inom tre veckor från det att frågan om interimistiskt förbud slutligen avgjorts inkomma med ett eventuellt yttrande och slutlig bevisuppgift.

Som ovan


Louise Petrelius

Prot uppv/ 