

## AVSKRIFT

MARKNADSDOMSTOLEN

DOM

2000:28

2000-12-08

Dnr C 5/00

## KÄRANDE

Telia InfoMedia Reklam AB, 556445-1846,

Box 811, 161 24 BROMMA

Ombud: bolagsjuristen N. W., samma adress som bolaget

## SVARANDE

Företagskatalogen Internet 2K AB, 556568-1052,

Box 5511, 114 85 STOCKHOLM

Ombud: jur. kand. K. L., Advokatfirman S., Box 12706,  
112 94 STOCKHOLM

## SAKEN

marknadsföring av företagskatalog

---

DOMSLUT

Marknadsdomstolen förbjuder Företagskatalogen Internet 2K AB vid vite av tvåhundrausen (200 000) kr att vid marknadsföring av företagskataloger på det sätt som skett eller på väsentligen samma sätt underlåta att tydligt ange vem som står bakom erbjudandet så att därigenom uppkommer risk för förväxling med Telia InfoMedia Reklam AB:s produkt.

## DEN PÅTALADE MARKNADSFÖRINGEN

Telia InfoMedia Reklam AB (Telia InfoMedia) har påtalat Företagskatalogen Internet 2K AB:s (Företagskatalogen Internet) förfarande att med användande av namnet Företagskatalogen kontakta potentiella kunder per telefon samt därefter tillställa dessa en orderbekräftelse och en faktura, vilka Telia InfoMedia anser är snarlika bolagets motsvarande handlingar.

Framsidan på Företagskatalogen Internets orderbekräftelse och faktura framgår av domsbilaga 1 och 2. Framsidan på Telia InfoMedias motsvarande handlingar framgår av domsbilaga 3 och 4. Vad som enligt Företagskatalogen Internet sägs vid telefonsamtalen framgår av en s.k. telefonmall för telefonsäljarna, domsbilaga 5.

YRKANDE, M.M.

Telia InfoMedia har yrkat att Marknadsdomstolen enligt 4, 6, 8 och 14 §§ marknadsföringslagen (1995:450) (MFL) vid vite förbjuder Företagskatalogen Internet att vid marknadsföring av telefonkataloger, i pappers-, elektronisk eller annan form, använda namnet Företagskatalogen, eller material, eller hänvisa till produkter, på ett sådant sätt att risk för förväxling med Telias produkter uppstår.

Företagskatalogen Internet har bestritt yrkandet och för egen del yrkat ersättning för sina rättegångskostnader.

Marknadsdomstolen har i beslut meddelat den 29 mars 2000 lämnat ett yrkande av Telia InfoMedia om interimistiskt förbud i enlighet med huvudyrkandet utan bifall.

PARTERNAS TALAN

Parterna har anfört i huvudsak följande.

Telia InfoMedia

Telia InfoMedia svarar inom Telia-koncernen för utveckling och marknadsföring av tryckta och elektroniska produkter inom affärsområdet informations- och mediatjänster. Produkter i Telia InfoMedias sortiment är bl.a. katalogerna Din Del, Telekatalogen och Företagskatalogen Emfas, samtliga med Rosa Sidorna och Gula Sidorna. Produkterna förekommer i såväl tryckt som elektronisk form. Företagskatalogen Emfas är Sveriges största företagskatalog och finns i pappersform, som CD-rom för Intranet och på Internet. Produkten innehåller ca 120 000 företagsuppgifter. Den tryckta katalogen delas ut i ca 300 000 exemplar till ca 200 000 företag i Sverige. Syftet med produkten, speciellt i den elektroniska formen, är att samla både information och verktyg för sökning på ett ställe. Företagskatalogen har under detta namn funnits se-

dan år 1982. Den har erhållit sitt nuvarande utförande och med namnet kompletterat med ordet Emfas till Företagskatalogen Emfas under 1990-talet. Med hänsyn till Företagskatalogen Emfas goda renommé och ställning på marknaden är produkten ständigt utsatt för risken att användas i vilseledande syfte av andra näringsidkare.

Under åren 1999 och 2000 har Telia InfoMedia kontaktats av kunder som uppgett att de ringts upp av ett företag under namnet Företagskatalogen. Vid dessa telefonsamtal angavs att man bl.a. ville kontrollera vissa fakta om kundens företag. Kort tid efter telefonsamtalet översände Företagskatalogen Internet till kunden ett dokument som skulle utgöra en bekräftelse på beställning av införande av annons i en produkt benämnd Företagskatalogen. Bekräftelsen som Företagskatalogen Internet använder är både innehållsmässigt och typografiskt utformad nära nog exakt som den bekräftelse som Telia InfoMedia använder vid försäljning av annonser i Företagskatalogen Emfas och/eller den elektroniska versionen på hemsidan [www.emfas.com](http://www.emfas.com). Till och med de specialistmarkeringar Telia InfoMedia använder har tagits efter av Företagskatalogen Internet. På baksidan av båda företagens blanketter finns allmänna villkor för avtal om annonsering i respektive företags katalog. De villkor som Företagskatalogen Internet tillämpar är till förväxling lika Telia InfoMedias villkor. Endast marginella skillnader finns avseende layout, typsnitt och innehåll vad gäller blanketternas fram- och baksidor. Även för en van betraktare är överensstämmelsen mellan blanketterna förvillande. I nästa steg sänder Företagskatalogen Internet ut en faktura till de kunder som erhållit bekräftelsen. Även fakturan är till sin utformning snarlik den blankett som Telia InfoMedia använder.

En grundläggande princip för all marknadsföring är att den skall vara vederhäftig och inte ägnad att vilseleda. Vidare följer av 6 § MFL en viss upplysningsplikt som skall motverka att man genom utelämnanden av väl valda uppgifter åstadkommer halvsanningar. Till exempel kan en annons som i och för sig innehåller fullt korrekta uppgifter verka vilseledande genom att relevanta upplysningar förtigits. Vid bedömningen av marknadsföringen skall det intryck som marknadsföringen ger vid en flyktig kontakt beaktas, dvs. att det i första hand är helhetsintrycket som skall ligga till grund för bedömningen. Telia InfoMedia genomför regelbundet undersökningar om den svenska marknads kändedom om Telia InfoMedias informationsprodukter. Det stora flertalet svenska företag känner igen Företagskatalogen Emfas, främst genom den karakteristiska svarta färgen såväl på den tryckta katalogens omslag som på den Internet-sajt där den elektroniska motsvarigheten finns, och säger spontant "den svarta ..." när

begreppet Företagskatalogen kommer på tal. Det finns således en klar association till Telia InfoMedias produkter när namnet Företagskatalogen används i kontakt med företagskunder.

Företagskatalogen Internet använder namnet Företagskatalogen i kontakt med kunder utan tydlig förklaring att det som marknadsförs är en produkt med annat ursprung än Telia InfoMedias produkter. Därmed vilseleds kunder om Företagskatalogen Internets näringsverksamhet. Av den telefonmall som Företagskatalogen Internet använder framgår att telefonsäljarna för kunderna beskriver sitt ärende som "uppdatering" av Företagskatalogen Internet inför nästa år. Företagskatalogen Internets produkt har inte funnits tidigare medan Telia InfoMedias produkter, såväl i tryckt form som på Internet, har existerat under lång tid. Vidare använder Telia InfoMedia i sin marknadsföring ett karakteristiskt typsnitt för produktnamnet Företagskatalogen. Företagskatalogen Internet använder samma sorts typsnitt i den logotyp (Företagskatalogen) som återfinns på de dokument (bekräftelse, faktura, katalog/erbjudande m.fl.) som Företagskatalogen Internet använder i sin marknadsföring. Det finns en mängd typsnitt att välja mellan och det förhållandet att Företagskatalogen Internet utnyttjar just det typsnitt som Telia InfoMedia använder för namnet Företagskatalogen är ytterligare ett moment som är ägnat att vilseleda om Företagskatalogen Internets näringsverksamhet och dess produkts ursprung.

Av det anförda följer att Företagskatalogen Internet i sina kontakter med kunder till Telia InfoMedia förmedlat intrycket att produkten är en annan än vad som i själva verket varit fallet. Den presentation kunderna fått av Företagskatalogen Internet är förvillande och oklar och lämnar stort utrymme för missuppfattningar avseende produktens kommersiella ursprung. Kunder har uppgett att Företagskatalogen Internet vid telefonsamtal använt uttryck som "... jag ringer från Företagskatalogen. Det gäller årets införande...". Uttrycket drar till sig uppmärksamheten på ett sådant sätt att adressaten uppfattar budskapet som härstammande från Telia InfoMedia. Genom att undanhålla väsentliga upplysningar om den egna produkten har Företagskatalogen Internet skapat felaktiga föreställningar hos kunderna om att dessa gör affärer med en annan näringsidkare, nämligen Telia InfoMedia. De bekräftelser och fakturor som Företagskatalogen Internet tillställer kunderna förstärker intrycket av att det skulle vara Telia InfoMedia som står bakom marknadsföringen. Syftet med Företagskatalogen Internets marknadsföring har varit att kunderna skall duperas att tro att det är annonsering i Telia InfoMedias produkt som marknadsföringen avser. Framställningarna är därmed vilseledande beträffande ursprunget för Företagskatalogen Internets tjänster och för dess produkt samt även beträffande Företagskatalogen Internets kvalifikationer och ställning på marknaden.

Genom att Företagskatalogen Internet i sin marknadsföring använder efterbildningar av de affärshandlingar, standardavtalstexter och produktspecifikationer som är nära nog identiskt lika de motsvarande dokument som Telia InfoMedia använder, strider marknadsföringen mot förbudet i 8 § MFL om vilseledande efterbildning. Det torde vara uppenbart att Företagskatalogen Internets syfte med att använda handlingar som överensstämmer med de handlingar som Telia InfoMedia använder är att kunder skall vilseledas att tro att det är annonsering i Telia InfoMedias produkter som avses. Telia InfoMedia använder sedan ett antal år tillbaka dokumentet Bekräftelse för att bekräfta avtalsinnehållet till kunder som i kontakt med Telia InfoMedia avtalat om annonsering i en eller flera av de informationsprodukter som Telia InfoMedia marknadsför i Sverige. Telia InfoMedia använder samma dokument för att bekräfta beställningar avseende medverkan i Telekatalogen (Gula Sidorna, Rosa Sidorna), Din Del och Företagskatalogen Emfas. Det handlar alltså om hundratusentals mottagare av dokumentet Bekräftelse varje år. Det torde vara ostridigt att såväl Bekräftelse som Faktura utgivna av Telia InfoMedia är kända på marknaden och har ett särpräglat utförande.

Det förfarande som Företagskatalogen Internet använder i sin marknadsföring är i vart fall ett obehörigt anknytande till Telia InfoMedias välkända produkter och kännetecken. Företagskatalogen Internet marknadsför sin informationsprodukt genom s.k. telemarketing. Med tanke på det stora antal företag som har reagerat med invändningar mot den av Företagskatalogen Internet utsända orderbekräftelsen och som uppger att de inte gjort någon beställning, torde det vara uppenbart att bolaget vid sin marknadsföring inte varit tydligt beträffande vem som är avsändare av marknadsföringen. Det sätt på vilket Företagskatalogen Internet har utformat och i sin marknadsföring använder sig av bekräftelseblanketter, inklusive allmänna villkor, och fakturor har medfört att kunder har uppfattat framställningarna som vilseledande beträffande ursprunget till bolagets produkt samt även beträffande dess kvalifikationer och ställning på marknaden. Sammantaget lämnar Företagskatalogen Internets åtgärder vid marknadsföringen ett helhetsintryck som är missvisande och i strid med god marknadsföringssed. Marknadsföringen är därmed att anse som otillbörlig enligt 4 § MFL.

När två företag använder kännetecken som i hög grad liknar varandra uppstår en känslig situation vilket medför att det krävs särskild försiktighet vid marknadsföringsåtgärder som vidtas av det ena företaget och som kan innefatta utnyttjande av den goodwill som det andra företaget byggt upp. Företagskatalogen Emfas har stor spridning och ett gott anseende bland svenska

företagare vilket Företagskatalogen Internet otillbörligen drar fördel av för att skapa en förmånlig bild av den egna produkten och tjänsten. Företagskatalogen Internet har vänt sig till exakt samma mottagarkrets och kunderna lockas att associera till Telia InfoMedias produkt. Den marknadsföring som Företagskatalogen Internet använder är således ägnad att på ett förkastligt sätt suggerera allmänheten och utgör renommésnyltning. Marknadsföringen är även på denna grund att anse som otillbörlig enligt 4 § MFL.

### Företagskatalogen Internet

Företagskatalogen Internet tillhandahåller endast en elektronisk katalogtjänst, [www.foretagskatalogen.com](http://www.foretagskatalogen.com). På hemsidan finns två katalogvarianter; en business to business tjänst där det finns uppgifter om större företag i ett begränsat urval och yellow pages med uppgifter om alla andra företag. Tjänsten har till syfte att underlätta för företag att erhålla kortfattad information om andra företag och ger möjlighet till en snabb kontakt. Tjänsten vänder sig enbart till näringsidkare. Den marknadsförs genom s.k. telemarketing. Genom att ringa upp olika företag efterhör Företagskatalogen Internet företagets intresse av att vara inlagda i den elektroniska katalogen. Om de är intresserade skickas en orderbekräftelse med en anvisning om att rättelse eller tillägg skall göras inom åtta dagar. Därefter skickas en faktura. Efter erlagd betalning förs sedan uppgifterna in i den elektroniska katalogen när den uppdateras, vilket sker en gång i månaden.

De telefonsäljare som anställs av Företagskatalogen Internet får en genomgång av affärsidén och av hur tjänsten är uppbyggd. De får sedan ett grundmanuskript med vissa uppgifter som de måste ange. En sådan grunduppgift är bl.a. att de anger att de ringer från företaget "Företagskatalogen Internet". Innan de får ringa själva görs en intern kontroll för att se att rätt uppgifter lämnas. Kontroller sker sedan fortlöpande.

Det förfaringsätt som Företagskatalogen Internet använder innebär att kunderna vid telefonsamtalet upplyses om vem som är avsändare av marknadsföringen. Även de efterkommande handlingarna anger ursprunget. Någon väsentlig information undanhålls inte. Det lämnas inte några oklara eller förvillande uppgifter och det lämnas inte något stort utrymme för missuppfattningar. Den telefonmall som används innehåller två olika varianter för inledningen av samtalet. Vilken variant som används beror på om den som kontaktas är en befintlig eller ny kund. Om det är en befintlig kund är det helt naturligt att tala om uppdatering av uppgifter. Telefon-

säljarna lämnar vidare tydlig uppgift om från vilket företag de ringer och om vad saken gäller. Hela firmadelen "Företagskatalogen Internet" används, vilket i första hand torde associera till en tjänst på Internet och inte till Telia InfoMedia eller det bolagets produkter och tjänster. Telia InfoMedias katalog med företagsuppgifter är främst känd som en svart papperskatalog och inte som någon elektronisk motsvarighet på nätet.

Den användning av namnet Företagskatalogen som sker är inte ägnad att vilseleda. Telia InfoMedia tillhandahåller en rad olika produkter inom affärsområdet informations- och mediatjänster. Bl.a. tillhandahåller Telia InfoMedia en katalog med företagsinformation. Katalogen benämns omväxlande som Företagskatalogen Emfas, Emfas Företagskatalogen eller enbart Emfas. Katalogen finns i pappersform, som CD-rom för Intranet och på Internet. På Internet marknadsförs katalogen uteslutande under namnet Emfas och den har Internetadressen [www.emfas.com](http://www.emfas.com). Det är värt att notera att Telia InfoMedia inte använder namnet Företagskatalogen Emfas eller Företagskatalogen som något särskiljande namn för sin katalog. I stället används namnet Emfas eller Emfas Företagskatalogen. Det namn som Telia InfoMedia tidigare använde för att särskilja sin produkt, Företagskatalogen, får numera anses vara ett allmänt uttryck och en degenererad benämning för samlad information om näringsidkare. Det kan inte vara MFL:s syfte att ett företag skall kunna förbjuda ett annat företag att använda ett namn som det ursprungliga företaget har övergett. De undersökningar som Telia InfoMedia påstår sig genomföra regelbundet visar att företag känner igen namnet Företagskatalogen som en tryckt katalog med karakteristisk svart färg på omslaget. Även den hemsida där Telia InfoMedias elektroniska katalog finns är svart. Vad namnet Företagskatalogen associerar till är emellertid en tryckt produkt.

Företagskatalogen Internet tillhandahåller en med Telia InfoMedia konkurrerande tjänst med företagsinformation som endast finns i elektronisk form på Internet. Den enda gemensamma marknad där Företagskatalogen Internet och Telia InfoMedia är konkurrenter är således på Internet där katalogernas namn är helt olika och inte uppvisar någon namnlighet över huvudet, vilket i praktiken helt utesluter risk för förväxling. Företagskatalogen Internets namn är inte någon efterbildning av Telia InfoMedias, ägnad att vilseleda genom att framkalla förväxling av parternas produkter.

Företagskatalogen Internet har inte heller undanhållit någon väsentlig information om sina produkter och tjänster i syfte att lämna ett missvisande helhetsintryck. Vad Telia InfoMedia

anfört om de kontakter och påståenden som skulle ha förevarit mellan Företagskatalogen Internet och dess kunder är direkt oriktigt. Uppgifterna är dessutom så knapphändiga att det inte går att uttala sig om ett eventuellt helhetsintryck i syfte att förvilla. Det har inte anförts något om vilka väsentliga uppgifter som utelämnats eller vad som i övrigt förekommit.

Vad gäller de bekräftelser och fakturor som Företagskatalogen Internet sänder till kunderna förefaller fakturorna inte ens vid en hastig betraktelse vara särskilt lika till utseendet. Den enda likheten som går att finna är fakturornas skelett, dvs. vad som återstår när all text avlägsnats och som är det grundutseende som de flesta fakturor har. Olikskheterna är däremot framträdande. Namnen uppe till höger är helt olika, typsnittet överensstämmer inte, textinnehållet är annorlunda och det kan särskilt noteras att Telia InfoMedia skriver "Avser medverkan i Emfas". Det finns inte något i Företagskatalogen Internets faktura som ger intryck av att den härstammar från Telia InfoMedia eller att den är ägnad att vilseleda någon om dess ursprung. Den något större likheten mellan bekräftelserna består i att den beställda annonsen presenteras på samma sätt. Detta är emellertid helt betingat av funktionella skäl. För att 8 § MFL om vilseledande efterbildning skall vara tillämplig krävs att det objekt som skall skyddas är särpräglat och känt på marknaden. Varken Telia InfoMedias faktura eller orderbekräftelse kan anses ha en sådan särprägel. I övrigt gör sig samma invändningar gällande beträffande bekräftelserna som beträffande fakturorna.

Företagskatalogen Internet anknyter inte heller på ett obehörigt sätt till Telia InfoMedias välkända produkter och kännetecken. Marknadsföringen utgör således inte någon otillåten renommésnyltning. För att renommésnyltning skall anses föreligga måste förfarandet vara ägnat att på ett förkastligt sätt suggerera allmänheten. Det åligger Telia InfoMedia att visa att detta är fallet. Något stöd härför har inte framlagts av Telia InfoMedia. Det skall särskilt framhållas att en bedömning avseende renommésnyltning i första hand bygger på ett intresse att skydda konsumenterna. Den kundkrets som Företagskatalogen Internet vänder sig till består uteslutande av näringsidkare.

Sammanfattningsvis är det sätt som Företagskatalogen Internet marknadsför sin katalogtjänst på inte ägnat att vilseleda om tjänstens kommersiella ursprung eller om bolagets näringsverksamhet. Marknadsföringen strider inte mot god marknadsföringssed och utgör inte renommésnyltning.



## ÅBEROPAD BEVISNING

Telia InfoMedia har som skriftlig bevisning åberopat kopia av Bekräftelse med allmänna villkor och Faktura, utgivna av Företagskatalogen Internet, kopia av Bekräftelse med allmänna villkor och Faktura, utgivna av Telia InfoMedia, samt en, såsom det angetts, fakturaliknande handling från Företagskatalogen Internet.

Företagskatalogen Internet har som skriftlig bevisning åberopat kopia av orderbekräftelse och faktura från Företagskatalogen Internet, kopia av annons avseende Emfas införd i Svenska Dagbladet den 24 mars 2000, kopia av CD-omslag till TeliaInfoMedias CD-romkatalog samt mall för Företagskatalogen Internets telefonsäljare.

## DOMSKÄL

I målet är fråga om tillbörligheten av ett av Företagskatalogen Internet tillämpat förfarande vid erbjudanden till näringsidkare att mot betalning ingå i en företagskatalog som kostnadsfritt tillhandahålls användare på Internet. Erbjudandena att ingå i katalogen görs genom s.k. telemarketing. En orderbekräftelse följd av en faktura skickas därefter till de företag som, enligt Företagskatalogen Internet, är intresserade av att förekomma i katalogen.

Marknadsföringen har påtalats av Telia InfoMedia som till grund för sin talan åberopat att marknadsföringen är vilseledande beträffande produktens ursprung, ställning på marknaden, kännetecken och andra rättigheter, att Företagskatalogen Internets handlingar Bekräftelse och Faktura utgör vilseledande efterbildningar av Telia InfoMedias motsvarande handlingar och att det påtalade förfarandet sammantaget ger ett helhetsintryck som är missvisande och i strid med god marknadsföringssed. Telia InfoMedia har också gjort gällande att den påtalade marknadsföringen innebär renommésnyltning.

Av uppgifter som lämnats i målet framgår att Teliakoncernen sedan år 1982 tillhandahållit en tryckt katalog med uppgifter om företag, benämnd Företagskatalogen. Katalogen, vars benämning under 1990-talet ändrats till Företagskatalogen Emfas, finns numera tillgänglig, förutom i pappersform, bl.a. på Internet och är enligt Telia InfoMedias obestridda uppgift Sveriges största företagskatalog varmed torde förstås den mest spridda och använda företagskatalogen. Telia InfoMedias företagskatalog får mot denna bakgrund antas vara tämligen väl känd bland

näringsidkare och av flertalet av dem förknippas med Teliakoncernen. Vad Företagskatalogen Internet anfört om att begreppet företagskatalog numera får anses vara ett allmänt uttryck för samlad information om näringsidkare ändrar inte den gjorda bedömningen.

Den påtalade marknadsföringen vänder sig i huvudsak till samma krets av företag som den som kan komma i fråga som avnämare av Telia InfoMedias informationsprodukt. Även om Företagskatalogen Internets telefonsäljare inleder sina samtal med att uppge företagets namn är dock, som framgår av en i målet företedd s.k. telefonmall, lämnade uppgifter om det uppringande företaget och dess produkt förhållandevis knapphändiga och obestämda. Det nämns t.ex. inte uttryckligen att Företagskatalogen Internets företagskatalog endast förekommer på Internet. Det sätt på vilket presentationen görs utan tydligt angivande av den produkt som marknadsförs och vem som står bakom den är, enligt Marknadsdomstolens mening, ägnat att skapa förvirring om den marknadsförda företagskatalogens kommersiella ursprung och dess kommersiella samhörighet med Telia InfoMedias företagskatalog. Marknadsföringen får i detta avseende anses vara vilseledande och därmed otillbörlig. Vilseledandet förstärks genom de av Företagskatalogen Internet senare utsända handlingarna betecknade Bekräftelse och Faktura vilka har en utformning som nära överensstämmer med Telia InfoMedias motsvarande handlingar och i vilka namnet Företagskatalogen förekommer på ett framträdande sätt. Däremot saknas på föreliggande utredningsmaterial skäl för att anse att de av Företagskatalogen Internet använda handlingarna i sig utgör vilseledande efterbildningar såsom Telia InfoMedia gjort gällande.

Telia InfoMedia har vidare anfört att marknadsföringen utgör en snyltning på bolagets renommé genom ett obehörigt anknytande till Teliakoncernens välkända produkter och kännetecken. Härigenom drar, enligt Telia InfoMedia, Företagskatalogen Internet otillbörligen fördel för att skapa en förmånlig bild av den egna produkten. Som Marknadsdomstolen i flera avgöranden anfört (se MD 1999:21 och MD 2000:25) betecknas som renommésnyltning ofta de fall där en näringsidkare i sin marknadsföring obehörigen anknyter till en annan näringsidkares verksamhet, produkter, symboler eller liknande. Det otillbörliga i dessa fall består i att "den snyltande" till sin ekonomiska fördel utnyttjar det värde som ligger i en positiv föreställning hos konsumenterna vilken skapats genom insatser av den andre näringsidkaren. Någon utredning i detta avseende har inte förebragts. Det har sålunda inte visats att den företagskatalog som tillhandahålls av Telia InfoMedia är bärare av ett sådant uppmärksamhetsvärde som förutsätts för att det av Företagskatalogen Internet vid marknadsföringen tillämpade förfarandet

skall vara att bedöma som renommésnyltning. Telia InfoMedias talan kan således inte på denna grund vinna bifall.

Mot bakgrund av det anförda skall Telia InfoMedias yrkande om förbud bifallas på den grunden att den påtalade marknadsföringen är vilseledande i fråga om den omstridda företagskatalogens kommersiella ursprung och dess kommersiella samhörighet med Telia InfoMedias företagskatalog. Förbudet bör utformas så att Företagskatalogen Internet förbjuds att vid marknadsföring av företagskataloger på det sätt som skett eller på väsentligen samma sätt underlåta att tydligt ange vem som står bakom erbjudandet så att därigenom uppkommer risk för förväxling med Telia InfoMedias produkt.

På Marknadsdomstolens vägnar

Staffan Laurén

Ledamöter: Staffan Laurén, Brita Swan, Ann-Christine Persson, Sten Nyberg, Marianne Reuterskiöld och Anders Stenlund. Enhälligt

Sekreterare: Magnus Jonson

Rätt avskrivet intygar

Monica Stenderup