

KÄRANDE

Konsumentombudsmannen (KO),
118 87 STOCKHOLM

SVARANDE

CMT Telecom Sweden AB, Box 239,
201 22 MALMÖ
Ombud: advokaten U. Y.

SAKEN

marknadsföring av tjänster på Internet

DOMSLUT

1. Marknadsdomstolen förbjuder CMT Telecom Sweden AB vid vite av fyrahundratusen (400 000) kr att vid marknadsföring av Internettjänster tillställa konsumenter fakturor avseende utnyttjande av sådan tjänst som inte uttryckligen har beställts.
2. Marknadsdomstolen förbjuder CMT Telecom Sweden AB vid vite av fyrahundratusen (400 000) kr att medverka till marknadsföring i vilken tjänsteleverantören underlåter att tillhandahålla lämpliga och effektiva tekniska hjälpmedel som gör det möjligt för en tjänstemottagare att upptäcka och rätta till eventuella inmatningsfel innan en beställning görs.
3. CMT Telecom Sweden AB skall ersätta KO dess rättegångskostnader med sextiotusen (60 000) kr jämte ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker.

YRKANDEN

1. Konsumentombudsmannen (KO) har yrkat att Marknadsdomstolen vid vite förbjuder CMT Telecom Sweden AB (CMT), tidigare CallMedia Telecom CMT AB, att vid marknadsföring av Internettjänster tillstålla konsumenter fakturor avseende utnyttjande av Internettjänst och på så sätt ge mottagaren uppfattningen att betalningsskyldighet föreligger när mottagaren inte uttryckligen beställt tjänsten.
2. KO har vidare yrkat att Marknadsdomstolen vid vite förbjuder CMT att medverka till marknadsföring i vilken tjänsteleverantören underlåter att tillhandahålla lämpliga och effektiva tekniska hjälpmedel som gör det möjligt för en tjänstemottagare att upptäcka och rätta till sina eventuella inmatningsfel innan denne gör en beställning.

CMT har medgivit KO:s talan.

KO har yrkat ersättning för sina rättegångskostnader.

GRUNDER OCH UTVECKLING AV TALAN

Parterna har anfört i huvudsak följande.

KO

Bakgrund

CMT har tillstånd att bedriva fast telefoni. Bolagets affärsidé är att vara en mot mervärdetjänstemarknaden (betalsamtal, frisamtal och shared-costsamtal) inriktad teleoperatör. Bolaget tillhandahåller framför allt betalsamtalsnummer. CMT har samtrafikavtal med bl.a. TeliaSonera AB.

KO har genom ett mycket stort antal anmälningar mot CMT uppmärksamats på det omfattande problem som CMT:s förfarande medför för konsumenterna. De flesta av de konsumenter som anmält bolaget har fått en faktura som de är helt oförstående inför. Gemensamt för samtliga anmälningar är att konsumenterna inte har beställt en tjänst mot betalning och

att de inte heller är medvetna om att de har ingått något avtal med CMT eller någon annan om utnyttjande av tjänster mot betalning.

Konsumentverket/KO har bl.a. den 7 maj 2003 granskat ett antal webbplatser med betaltjänster till vilka CMT tillhandahåller telefonnummer, bl.a. till sidan "sms-kul" som innehas av Svenska Let to Phone AB. Sidan dyker bl.a. upp när användaren varit inne på "www.snyggast.com". Denna plats riktar sig till ungdomar som kostnadsfritt kan lägga in bilder på sig själva. När sidan stängs kommer en ny sida "sms-kul" upp. Här finns information om att startavgiften är 99 kr och priset är 30 kr per minut. KO kunde vid granskningen konstatera att det på ovan beskrivna webbplats fanns ett flertal länkar. Om man klickade på någon av dessa synliga länkar eller på något annat ställe på sidan, kom det upp en s.k. pop-up ruta med texten "Säkerhetsvarning". I säkerhetsvarningsrutan ges man möjlighet att välja om man vill ladda ner ett program utgivet av Date Regon genom att klicka i någon av rutorna "ja" eller "nej". Väljer man att klicka i ja-rutan laddas programmet, som är en s.k. dialer, ned och installeras på den egna datorn. Programmet ringer sedan av sig själv upp ett annat telefonnummer än det nummer som konsumenten har för Internetuppkoppling och omkoppling sker till en annan modempool där det nummer som användaren är uppkopplad ifrån identifieras och uppkoppling mot betalning inleds. Dessutom kommer dialern att finnas installerad i konsumentens dator. Det finns inte någon information om detta i säkerhetsvarningsrutan. Det saknas också information om att användaren debiteras 99 kr i startavgift och sedan 30 kr per minut. Samma sak sker vid besök på "www.funplanet.com". När man går in på sidan kan en liknande säkerhetsvarning som beskrivits ovan komma upp. Rutan ser precis ut som den säkerhetsvarning som dyker upp när man vill installera och köra Macromedia Flash Player som är ett kostnadsfritt program som kan installeras för att visa bilder. Konsumenterna är därför ganska vana vid dessa säkerhetsvarningar och saknar anledning att tro att just den säkerhetsvarning som dyker upp på sidan "sms-kul" kan innebära någon form av avtalsingående eller betalningsacceptans. Det är inte heller säkert att konsumenten får någon säkerhetsvarning. Har man lägsta säkerhetsnivå inställd på sin webbläsare får man över huvud taget inte någon säkerhetsvarning.

På webbplatsen "www.funplanet.com" kan man genom länkar gå vidare till andra sidor för att t.ex. ladda ned ringsignaler till mobiltelefoner. Om man stänger sidan dyker automatiskt sidan "sms-kul" upp. Stänger man ned den sidan kommer samma säkerhetsvarning som beskrivit ovan som anger att man kan välja om man vill ladda ned ett program utgivet av Date Regon.

Går man in på sidan "www.fjupp.com" kommer säkerhetsvarningen omedelbart upp och lägger sig överst. Klickar man bort den kommer webbplatsen "erotikssajten.com" upp automatiskt och stänger man den sidan hamnar man på sidan "www.fjupp.com." Stänger man den sidan kommer sidan "www.snyggast.com/spel" upp automatiskt. Här kan man välja ett spel genom att klicka på en länk. Det finns inte någon som helst prisinformation. Går man in under rubriken "vid spel accepteras dessa villkor" anges i underrubriken i fet stil att alla spel på "snyggast Online" är gratis att spela. Läser man vidare i texten anges dock att vid nedladdning av spel hämtas samtidigt en programvara från Date Regon och att vid användning av dessa program (sms-kul och Dating) kommer man att debiteras 29.90 kr/min samt att minsta debitering är 10 minuter. Vidare anges att man genom att starta spelen godkänner att programvara laddas ned till datorn.

Enligt KO:s mening visar detta att konsumenten utan att göra någon beställning blir uppkopplad mot betalsamtalsnumren.

Skäl för yrkandena

Yrkande 1

För den typ av tjänster som är i fråga i målet, tillgång till betalsidor på Internet, krävs det att konsumenten ingår ett avtal om den specifika tjänsten för att betalningsskyldighet skall föreligga eftersom uppkoppling mot betalsidor på Internet skiljer sig avsevärt från vanlig uppringning med telefon samt vanlig modemuppkoppling. Det som inträffar, att modemmet ringer upp ett annat nummer, är svårt att kontrollera för konsumenten och kan lätt ske utan att det varit konsumentens avsikt. Priset för uppkoppling mot betalsidan kan också i princip vara hur högt som helst. Enligt CMT är abonnenten dessutom betalningsansvarig oavsett om det t.ex. är familjens barn som råkar trycka fel.

Ett avtal sluts genom att ett anbud lämnas som sedan accepteras av kontrahenten. En grundläggande och viktig princip inom avtalsrätten är att ett avtal har bindande verkan just och uteslutande för de avtalsslutande parterna. En förutsättning måste vara att konsumenten har vetskap om att han/hon gör en beställning. Det kan följaktligen inte vara tillräckligt att konsumenten genom ett "klick", helt utan avsikt att göra någon beställning, anses ha beställt en produkt. Det kan inte anses tillräckligt ens i de fall det finns information om att ett klick

medför en beställning eftersom åtgärden alltför enkelt kan göras av misstag och då inte ger uttryck för konsumentens vilja att ingå avtal. Det måste vidare krävas att konsumenten får kännedom om vad beställningen avser och de avtalsvillkor, särskilt priset, som gäller för beställningen.

I Svenska Postorderföreningens Branschregler från år 2001, punkten 5.2, anges att när en säljare publicerat en hemsida på Internet skall en beställning kräva att köparen åtminstone markerar sitt köpintresse med ett särskilt klick, på ett enkelt sätt får möjlighet att läsa igenom både detaljerna i beställningen och avtalsvillkoren och bekräfta detta genom ett andra klick samt genom ett tredje klick bekräfta själva beställningen och acceptera avtalsvillkoren. Dessa regler, som måste anses som god affärssed på området, tjänar som vägledning för att avgöra vilka moment en beställning gjord via Internet skall innehålla för att ett bindande avtal skall anses ha uppkommit. Denna trestegsmodell säkerställer att konsumenten blir medveten om att han ingår ett avtal och risken att konsumenten gör beställningen av misstag undanröjs. Det tillvägagångssätt som tillämpas på de betalsidor som CMT fakturerar för saknar samtliga steg i den procedur som måste anses var ett krav för att en beställning skall anses var gjord på Internet.

Marknadsdomstolens dom, MD 1994:31, ger stöd för KO:s uppfattning att uppkoppling mot betalsidor på Internet skiljer sig avsevärt från vanliga telefonitjänster samt vanlig modem-uppkoppling och att betalningsskyldighet för uppkoppling mot sådana betalsidor inte kan anses föreligga enbart på grund av abonnemangsavtalet med Telia.

Villkoret i Telias allmänna villkor, punkten 1.3, fördes in av Televerket den 1 januari 1993 med avseende på Televerkets ansvar gentemot sina abonnenter för fel och avbrott i nätet vid trafik i andra operatörens nät, till exempel samtrafik eller internationell trafik. I en kommentar till villkoren avsedd för internt bruk anges att ”Televerkets ansvar gentemot sina abonnenter för t.ex. fel och avbrott, omfattar det telenät som Televerket disponerar, dvs. i huvudsak det egna nätet. Det betyder att vid samtrafik med andra nät sträcker sig Televerkets ansvar till den punkt där trafiken överlämnas till den andra teleoperatören.”. Avsikten med villkoret har således inte varit att ge andra telebolag rätt att med stöd av villkoret debitera konsumenter.

Av en dom från Länsrätten i Stockholms län den 17 december 2002, som bl.a. rörde Telia Mobile AB:s skyldighet att fakturera för CMT:s räkning, framgår att Telia Mobile AB är av

den uppfattningen att bolaget skulle kunna komma att handla i strid med 12 § MFL för det fall en sådan skyldighet skulle åläggas dem.

Etiska rådet för betalsamtal (ERB) har i beslut den 12 februari 2003 funnit att Svenska Let to Phone AB:s marknadsföring kan liknas vid s.k. negativ avtalsbindning. ERB hemställde i beslutet till Telia, som tillhandahöll betalnumren, att företaget Svenska Let to Phone AB:s abonnemangsavtal för vissa angivna linjer tills vidare skulle upphöra att gälla. ERB:s beslut föranledde Telia att omedelbart bryta samarbetet med ovan nämnt bolag. CMT tillhandahåller sedan dess Svenska Let to Phone AB med betalsamtalsnummer, bl.a. till sidan ”sms-kul”.

Den som varit inne på de betalsidor som CMT fakturerar för, har inte vid något tillfälle uppgett vare sig namn eller annan uppgift om sig själv. Det innebär att vare sig CMT eller företaget som tillhandahåller tjänsten kan på något sätt identifiera den person som gått in på betalsidorna. CMT eller det företag som tillhandahåller betalsidorna kan endast identifiera det telefonnummer varifrån Internetuppkopplingen skett. Trots att CMT inte ens har någon kännedom om vem som använt den dator som kopplats om till en annan modempool och trots att vederbörande inte beställt tjänsten har CMT skickat en faktura för Internettjänsten till den som innehar det telefonabonnemang varifrån Internetanslutningen gjorts. Metoden att inte fråga efter den person som utnyttjar tjänsten kan som regel inte heller anses uppfylla kraven på ett avtals ingående. Det är inte rimligt att anse att alla kostnader som kan uppkomma över Internet strikt skall förplikta telefonabbonenten. Vid en rättslig prövning av om bindande avtal kan anses föreligga mot abonnenters bestridande i en sådan situation, torde näringsidkaren i regel inte med framgång kunna hävda ett krav (jfr Allmänna reklamationsnämndens beslut änr 2001-4889 och änr 2001-5813).

De fakturor som CMT skickar till konsumenter anger att fakturan avser betalsamtal och/eller Internetuppkoppling via telekomoperatören CMT. Av fakturorna framgår inte vilken betaltjänst som avses. För mer information hänvisas konsumenten till CMT:s hemsida eller till att per e-post kontakta bolagets kundtjänst. På fakturan anges en förfallodag samt att påminnelseavgift och i förekommande fall inkassoavgift debiteras vid försenad betalning. Fakturan kan inte uppfattas på annat sätt än som ägnad att vilseleda om abonnentens betalningsskyldighet. Ingen text på fakturan anger att betalning är frivillig eller gör det ens möjligt för abonnenten att ta ställning till om betalningsskyldighet föreligger. Utformningen av fakturan måste därför anses ägnad att uppfattas som om betalningsskyldighet föreligger.

Enligt KO:s mening är det således avgörande att ett avtal om tjänsten i form av uppkoppling mot betalsida träffas för att betalningsskyldighet skall uppkomma. Eftersom ett sådant avtal enligt KO:s mening är en förutsättning för betalningsskyldighet är CMT:s förfarande att tillställa konsumenter fakturor vari anges att konsumenten är betalningsansvarig, trots att denne inte uttryckligen beställt tjänsten, vilseledande med avseende på betalningsskyldigheten. Frågan har en mycket stor betydelse ur konsumentsynpunkt och det är därmed av stor vikt att förfarandet prövas ur ett marknadsrättsligt perspektiv.

Det finns inte anledning att göra annan bedömning beträffande CMT:s förfarande att tillställa konsumenter fakturor avseende utnyttjande av Internettjänster, när mottagaren inte uttryckligen beställt tjänsten, än den Marknadsdomstolen gjorde i domen MD 2004:5.

Yrkande 2

De tjänsteleverantörer som tillhandahåller tjänster på aktuella webbplatser måste följa 10 § lagen (2002:562) om elektronisk handel och andra informationssamhällets tjänster (e-handelslagen) och tillhandahålla de tekniska hjälpmedel som gör det möjligt för en tjänstemotagare att upptäcka och rätta till eventuella inmatningsfel innan en beställning görs. Syftet med regeln är att en konsument skall bli medveten om att en beställning görs och ha möjlighet att rätta till eventuella inmatningsfel innan så sker för att undvika att en felaktig beställning görs. Detta bygger på en grundläggande princip inom avtalsrätten, dvs. att det krävs en gemensam partsvilja för att ett avtal skall komma till stånd. Som framgått under rubriken bakgrund tillhandahåller inte aktuella webbplatser tekniska hjälpmedel som gör det möjligt att upptäcka och rätta till eventuella inmatningsfel. Webbplatsernas utformning är därmed i strid med 10 § e-handelslagen. Tjänsteleverantörerna som handlar i strid med e-handelslagen agerar även i strid med 4 § MFL.

Av 14 § MFL framgår att någon som väsentligt bidragit till viss marknadsföring får förbjudas att fortsätta med marknadsföringen om denna strider mot god marknadsföringssed eller på något annat sätt är otillbörlig mot konsumenter eller näringsidkare.

De tjänsteleverantörer, bl.a. Svenska Let To Phone AB, som tillhandahåller tjänster, måste följa 10 § e-handelslagen. Svenska Let to Phone AB har inte tillhandahållit tekniska hjälpmedel som behövs under den period CMT fakturerade konsumenter för Svenska Let To

Phone AB:s tjänster. Svenska Let To Phone AB har handlat i strid med e-handelslagen och även i strid med 4 § marknadsföringslagen.

Att tekniska hjälpmedel, som gjort det möjligt att upptäcka och rätta till inmatningsfel, har saknats stöds framför allt av det stora antal anmälningar från enskilda konsumenter som drabbats av fakturor från CMT. CMT har inte heller, trots anmodan från KO, kunnat visa att det på ifrågavarande webbsidor finns möjlighet för konsumenten att upptäcka och ändra inmatningsfel innan beställning sker.

Det måste ha stått helt klart för CMT att det är i strid med e-handelslagen och MFL att inte tillhandahålla sådana tekniska hjälpmedel. CMT har inte vidtagit några åtgärder för att försöka åtgärda de brister som finns på de tjänsteleverantörers webbplatser som tillhandahålls nummer av CMT. Detta trots att både konsumenter och KO uppmärksammat CMT på bristerna. CMT är dessutom det bolag som fakturerar konsumenterna för uppkopplingen. Därutöver har CMT känt till ERB:s beslut. Härigenom måste det ha stått klart för CMT att de konsumenter som kommer till Svenska Let to Phone AB:s betalsidor inte är medvetna om villkoren för att nyttja betaltjänsterna och att betalsidorna inte uppfyller kraven i 10 § e-handelslagen. CMT har haft möjlighet att ställa krav på att dessa tjänster utformas i enlighet med god marknadsföringssed. Trots detta har CMT valt att tillhandahålla Svenska Let to Phone AB betalsamtalsnummer och fakturera för dess Internettjänster, oaktat att marknadsföringen är i strid med god marknadsföringssed. CMT har först efter en längre tids starka påtryckningar stängt av företaget. Även om CMT inte längre tillhandahåller Svenska Let to Phone AB:s betalsamtalsnummer utgör inte detta hinder mot att yrkandet prövas av Marknadsdomstolen.

Det är ostridigt att CMT har tillhandahållit numren till de aktuella tjänsteleverantörerna och har debiterat konsumenterna för uppkopplingen mot deras betalsidor. Genom att upplåta betalnummer och fakturera för betaltjänster som inte uppfyller lagliga krav måste CMT anses ha medverkat väsentligen till överträdelsen och väsentligen bidragit till marknadsföringen av Internettjänsterna. CMT bör därför, på samma sätt som ett tidningsföretag (se bl.a. MD 1982:4, MD 1987:5 och MD 1995:2) kunna åläggas ett medverkansansvar för marknadsföringen.

CMT

CMT bildades år 1996 och erhöll operatörslicens av Post- och Telestyrelsen (PTS) samma år samt tilldelades nummerserier år 1997. Efter mycket utdragna förhandlingar med Telia avseende samtrafik kom teletrafiken i gång kring årsskiftet 1998 såvitt avser samtrafik avseende Telias fasta nät och Telia-abonnenter i det fasta nätet. De förhållanden som KO anser otillbörliga har således pågått under fem års tid.

CMT har som affärsidé att vara en mot mervärdetjänstemarknaden särskilt inriktad teleoperatör. Den ende konkurrenten på den svenska marknaden har varit Telia som dominerar mervärdetjänstemarknaden (betsamtal 09xx, frisamtal 0200- och sharedcostsamtal 0771-). CMT har såvitt avser Teliaabonnenter i de fasta telenätet en väl fungerande samtrafik med Telia.

De telefonsamtal som ringts och som KO:s talan tar sikte på är samtal ringda via Internet-uppkoppling via abonnentens telefonabonnemang hos Telia.

KO:s talan avser historiska och inaktuella förhållanden. CMT kan inte förstå KO:s syfte med att vidhålla dess inaktuella talan då CMT redan i juni månad år 2003 upphörde att fakturera för kunden Svenska Let to Phone AB:s räkning för att i juli häva abonnemangsavtalen, något som KO väl känner till. CMT har förklarat för KO att bolaget inte känt till och inte heller bort känna till att Svenska Let to Phone AB gentemot CMT förfarit oseriöst före den tidpunkt då CMT hävde avtalen i förtid. CMT har kontinuerligt informerat KO om vidareutveckling av bolagets tekniska plattform inte minst för att möta den förändrade lagstiftningens krav. KO känner således till att CMT inte tillhandahåller betalnummer på sätt som KO:s talan bygger på. CMT:s nuvarande tekniska plattform och affärsmetod för tillhandahållande av betaltjänster via Internet har uttryckligen accepterats av PTS samt föredragits för KO, som inte framfört någon negativ synpunkt. Tvärtom har KO uttryckt att de av CMT vidtagna förändringarna är lovvärda. Den telerättsliga lagstiftningen har förändrats sedan KO väckte talan och det regelverk mot vilket CMT bedriver dess verksamhet är väsentligt förändrat. Något allmänpreventivt syfte har inte ens påståtts från KO:s sida.

Mot den ovan angivna bakgrunden och då det bakomliggande syftet med KO:s talan enligt CMT:s uppfattning har sin grund i agerande från annan part, nämligen Svenska Let to Phone

AB ser CMT inte skäl att bestrida KO:s talan. Av processekonomiska skäl och för att på detta sätt ytterligare visa att CMT är ett seriöst företag medges således KO:s talan.

Sedan april i år har CMT beslutat sig för att inte längre vara verksam inom mervärdetjänstsektorn på telekommarknaden inom ramen för det samtrafikavtal som tecknats med TeliaSonera AB och avtal om fakturering som tecknats med TeliaSonera AB:s dotterbolag Sergel Kredittjänster AB. Det innebär att CMT inte längre tillställer kunder några fakturor. Det betyder således att CMT helt upphört med den verksamhet som ifrågasatts av KO och även delar av övrig verksamhet som inte ifrågasatts av KO men som genom KO:s agerande blivit kommersiellt omöjliga för CMT att fortsätta bedriva verksamhet inom. CMT har inte för avsikt att återuppta verksamhet inom den marknad man nu lämnat.

Beträffande frågan om fördelning av rättegångskostnader menar CMT att målets utveckling och det förhållandet att ett behov av de av KO yrkade förbuden för att framgent skydda konsumentintressen inte torde föreligga talar för att Marknadsdomstolen skall låta parterna bära sina egna kostnader.

KO

CMT har utfäst sig att upphöra med fakturering av vissa bolag enligt en överenskommelse med KO i juni 2003. Detta innebär emellertid inte att det saknas behov av ett förbud i enlighet med KO:s yrkande. Konsumentverket och kommunala konsumentvägledare har även fortsatt att få ett mycket stort antal anmälningar från konsumenter som blivit fakturerade trots att de inte anser sig ha beställt någon betaltjänst eller ens är medvetna om att någon uppkoppling mot betalsida har skett. Under tidsperioden den 16 maj – den 2 oktober 2003 inkom 160 anmälningar mot CMT. Konsumentvägledare i landets kommuner har under samma tidsperiod mottagit i vart fall 1 573 anmälningar rörande CMT.

Alla de anmälningar som fortsätter att komma in till Konsumentverket/KO tyder på att tjänsteleverantörer som CMT fakturerar åt har brister i sin marknadsföring som medför att konsumenter blir uppkopplade utan att ha gjort en aktiv beställning. Dessutom bygger e-handelslagen på ett EG-direktiv och är tillämplig på marknadsföring på Internet. Det är väsentligt att få fram praxis avseende marknadsföring på Internet och framförallt 10 § e-handelslagen.

Rättegångskostnader

Det föreligger ett behov av förbud i enlighet med KO:s yrkanden för att säkerställa att CMT i framtiden inte agerar på sätt som är i fråga i målet. Vad CMT i övrigt anfört medför inte att vardera parten skall bära sina egna kostnader.

BEVISNING

KO har som skriftlig bevisning åberopat utskrifter från webbplatserna ”www.snyggast.com”, ”www.funplanet.com”, ”www.fjupp.com” och ”snyggast.com/spel”, s.k. skärmdumpar, samt kopia av faktura från CMT.

CMT har som skriftlig bevisning åberopat skärmdumpsutskrift avseende den av Svenska Let to Phone AB tillhandahållna webbsidan ”sms-kul”, CMT:s allmänna bestämmelser för tjänstetillhandahållare som är abonnenter av betalsamtalsnummer hos CMT samt utskrift av Internetsidor avseende tjänsten X till vilken tjänstetillhandahållaren tillhandahåller access med användning av betalsamtalsnummer i CMT:s nät.

DOMSKÄL

Yrkande 1

KO:s talan i denna del tar sikte på ett förfarande som, enligt KO, innebär att CMT ger konsumenter tillgång till betalsidor på Internet och fakturerar härför utan att någon uttrycklig beställning av tjänsten har gjorts.

KO har till stöd för sin talan åberopat 12 § andra stycket MFL. Enligt detta lagrum får en näringsidkare vid marknadsföring inte tillstålla någon fakturor, inbetalningsavier eller liknande meddelanden avseende produkter som inte uttryckligen har beställts och därvid vilseleda mottagaren om dennes betalningsskyldighet. Bestämmelsen tar sikte på marknadsföringsmetoder som, utan att vara direkt förknippade med leverans av en produkt, är ägnade att inge en oriktig föreställning om att betalningsskyldighet för en produkt föreligger (jfr prop. 1995/96:81 s. 11).

För att det skall vara fråga om en uttrycklig beställning av en tjänst i ett fall som det föreliggande, nämligen tillgång till betalsidor på Internet, krävs enligt KO att konsumenten ingår ett avtal om den specifika tjänsten för att betalningsskyldighet skall föreligga eftersom uppkoppling mot betalsidor på Internet skiljer sig avsevärt från vanlig uppringning med telefon samt vanlig modemuppkoppling. KO har åberopat Svenska Postorderföreningens Branschregler, vilka föreskriver att när en säljare publicerat en hemsida på Internet som förutsättning för en gjord beställning skall krävas att köparen åtminstone markerar sitt köpintresse med ett särskilt ”klick”. Vidare måste han eller hon på ett enkelt sätt få möjlighet att läsa igenom både detaljerna i beställningen och avtalsvillkoren och bekräfta detta genom ett andra klick samt genom ett tredje klick bekräfta själva beställningen och acceptera avtalsvillkoren.

Marknadsdomstolen delar KO:s uppfattning att dessa branschregler kan tjäna som vägledning i fråga om de krav som bör ställas för att en beställning gjord via Internet skall anses vara i enlighet med god marknadsföringssed.

Genom vad som har framkommit i målet får det anses utrett att CMT har tillhandahållit tillgång till betalsidor på Internet, att konsekvensen av att klicka på ja i den s.k. pop-up-rutan varit att uppkoppling mot betalning skett, att en konsument – såsom KO:s granskning visat – inte har haft möjlighet att uttryckligen ta ställning till om tjänsten skall beställas innan en sådan anses ha skett samt att CMT har utsänt fakturor på det sätt som KO uppgett.

Enligt Marknadsdomstolens mening kan det beskrivna förfarandet inte anses innebära att en uttrycklig beställning har gjorts. Genom CMT:s förfarande att tillställa konsumenterna en faktura som ger sken av att konsumenten är betalningsskyldig vilseleds konsumenten om sin betalningsskyldighet.

Vid den nu angivna bedömningen kan den av KO påtalade marknadsföringen i vart fall kritiseras på samma grunder som dem vilka motiverat den särskilda bestämmelsen i 12 § andra stycket MFL. Marknadsföringen är därför till följd härav att anse som otillbörlig enligt 4 § första stycket MFL.

KO:s yrkande i denna del skall bifallas, dock med viss justering.

Yrkande 2

Enligt 10 § lagen (2002:562) om elektronisk handel och andra informationssamhällets tjänster (e-handelslagen) skall en tjänsteleverantör tillhandahålla effektiva tekniska hjälpmedel som gör det möjligt för en beställare att upptäcka och rätta till sina eventuella inmatningsfel innan en beställning görs. I förarbetena till e-handelslagen uttalas bl.a. att det särskilt från konsumentskyddssynpunkt är väsentligt att tjänsteleverantören följer lagens krav på information vid marknadsföring och på information när avtalet ingås (prop. 2001/02:150 s. 76).

Av utredningen i målet framgår att det på de av KO redovisade aktuella webbplatserna inte har tillhandahållits några effektiva tekniska hjälpmedel som gör det möjligt för en beställare att upptäcka och rätta till sina eventuella inmatningsfel innan en beställning görs. Webbplatsernas utformning är därmed, på sätt KO anför, i strid med 10 § e-handelslagen. Att marknadsföra tjänster utan att iakttaga ovan angiven bestämmelse på det sätt som skett är otillbörligt i MFL:s mening.

Enligt 14 § första stycket MFL får en näringsidkare, vars marknadsföring strider mot god marknadsföringssed eller på annat sätt är otillbörlig mot konsumenter eller näringsidkare, förbjudas att fortsätta med marknadsföringen eller att vidta någon annan liknande åtgärd. Enligt andra stycket i samma paragraf får förbud meddelas också, förutom en anställd hos en näringsidkare och annan som handlar på en näringsidkares vägnar, även var och en som i övrigt väsentligt har bidragit till marknadsföringen.

Enligt Marknadsdomstolens mening är CMT skyldigt att känna till de föreskrifter som gäller enligt e-handelslagen samt att det även kan krävas att bolaget inte medverkar till marknadsföring som inte är förenlig med e-handelslagen. Ett företags medverkansansvar är dock i princip begränsat till fall där det borde ha stått klart för företaget att marknadsföringen är otillbörlig.

Med hänsyn till i målet upplysta omständigheter anser Marknadsdomstolen att det borde ha stått klart för CMT, utan någon mer ingående utredning, att marknadsföringen i fråga stod i strid med e-handelslagen samt att det har ålegat CMT att förvissa sig om att det funnits rutiner som säkerställde att företaget inte medverkade till marknadsföring som stred mot e-handelslagen. CMT har genom att tillhandahålla betaltelefonnummer (upplåta betalnummer)

och fakturera för dessa betaltjänster, på sätt som skett, medverkat till tjänsteleverantörens otillbörliga marknadsföring och kan därför inte undgå ansvar. Vad CMT anfört i denna del förändrar inte denna bedömning.

Vite

Enligt 19 § MFL skall ett förbud förenas med vite, om det inte av särskilda skäl är obehövligt. Marknadsdomstolen finner inte att sådana skäl föreligger.

Rättegångskostnader

Av 18 kap. 1 § rättegångsbalken följer att förlorande part som huvudregel skall ersätta motparten dennes rättegångskostnader. Skäl att frångå denna huvudregel föreligger inte i målet. Om beloppet råder inte tvist.

På Marknadsdomstolens vägnar

C H Fallenius

Ledamöter: Christer Fallenius, ordförande, Ingegerd Westlander, Per Eklund, Lars-Gunnar Mattsson, Marianne Reuterskiöld, Anders Stenlund och Barbro Wickman-Parak. Enhälligt

Sekreterare: Elisabeth Sundlöf