

**KÄRANDE**

B Locket AB, Pipersväg 165,  
170 73 SOLNA

Ombud: advokaten Per Eric Alvsing och jur. kand. Tina  
Hård, Advokatfirman Vinge KB, Box 1703,  
111 87 STOCKHOLM

**SVARANDE**

Metro Modern Media AB,  
Hornsbruksgatan 28, 117 34 STOCKHOLM

Ombud: advokaterna Olof Nilsson och Gabriel Lidman,  
Advokatfirman Cederquist KB, Box 1670,  
111 96 STOCKHOLM

**SAKEN**

marknadsföring av köp- och säljmarknadsverksamhet på  
Internet

---

**DOMSLUT**

1. Marknadsdomstolen förbjuder Metro Modern Media AB vid vite om fyrahundratusen (400 000) kr
  - a) att marknadsföra köp- och säljverksamhet på Internet genom att lämna uppgift om antal annonser – både totalt och ”nya idag” – på webbplatsen [www.metromarknad.se](http://www.metromarknad.se) utan att samtidigt tydligt ange hur många av dessa radannonser som av annonsören har lagts in på Metro Modern Media AB:s webbplats och hur många som lagts in på andra webbplatser och därför inte omsätts på Metro Modern Media AB:s köp- och säljmarknad,
  - b) att marknadsföra köp- och säljmarknadsverksamhet på Internet genom att på sätt som skett lämna uppgift om antal annonser – både totalt och ”nya idag” – på webbplatsen [www.metromarknad.se](http://www.metromarknad.se), om inte dessa uppgifter är korrekta och

- c) att marknadsföra köp- och säljmarknadsverksamhet på Internet genom att använda påståendena
- ”Metromarknad.se vs. Blocket.se, Under kategori ”bilar” hittade vi 121.774 säljannonser via Metromarknad.se mot 86.881 vid sökning direkt på Blocket.se! Alltså: 1 – 0”,
  - ”Metromarknad.se vs. Blocket.se, Under kategori ”båtar” hittade vi 7.797 säljannonser via Metromarknad.se mot 5.127 vid sökning direkt på Blocket.se! Alltså: 2 – 0”,
  - ”Metromarknad.se vs. Blocket.se, Under kategori ”datorer” hittade vi 6.033 säljannonser via Metromarknad.se mot 3.831 vid sökning direkt på Blocket.se! Alltså: 3 – 0”,
  - ”Metromarknad.se vs. Blocket.se, Under kategori ”cyklar” hittade vi 4.844 säljannonser via Metromarknad.se mot 3.535 vid sökning direkt på Blocket.se! Alltså: 4 – 0”,
  - ”Metromarknad.se vs. Blocket.se, Under kategori ”motorcyklar” hittade vi 15.169 säljannonser via Metromarknad.se mot 12.249 vid sökning direkt på Blocket.se! Alltså: 5 – 0”,
  - ”Metromarknad.se vs. Blocket.se, Under kategori ”hus & trädgård” hittade vi 9.614 säljannonser via Metromarknad.se mot 8.388 vid sökning direkt på Blocket.se! Alltså: 6 – 0”,
  - ”Metromarknad.se vs. Blocket.se, Under kategori ”filmer & musik” hittade vi 1.373 säljannonser via Metromarknad.se mot 868 vid sökning direkt på Blocket.se! Alltså: 7 – 0”,
  - ”Metromarknad.se vs. Blocket.se, Under kategori ”biljetter & resor” hittade vi 2.132 säljannonser via Metromarknad.se mot 1.700 vid sökning direkt på Blocket.se! Alltså: 8 – 0”,
- eller andra formuleringar med väsentligen samma innebörd eller vilka på annat sätt ger allmänheten uppfattningen att Metro Modern Media AB på sin webbplats har fler egna annonser än vad B Locket AB har på sin webbplats, om så inte är fallet.

2. Marknadsdomstolen ogillar B Locket AB:s yrkanden att Metro Modern Media AB skall förbjudas att marknadsföra köp- och säljmarknadsverksamhet på Internet genom att dels erbjuda och ge allmänheten möjlighet att söka bland annonser från Blockets webbplats [www.blocket.se](http://www.blocket.se) om inte B Locket AB samtyckt till detta (yrkande 1), dels använda be-

teckningarna ”blocket”, ”blocket.se” eller annan beteckning vari ordet ”blocket” ingår (yrkande 4).

3. Vardera parten skall stå sin rättegångskostnad.
4. Förbuden under punkterna 1 a) och b) ovan skall träda i kraft den 30 juni 2006.

## **BAKGRUND**

B Locket AB (Blocket) bedriver sedan 1996 en köp- och säljmarknadsplats på Internet. På Blockets webbplats, [www.blocket.se](http://www.blocket.se) (blocket), får besökare tillgång till ett särskilt formulär för köp- och säljönskemål som fylls i av den som önskar annonsera på webbplatsen. Efter viss prövning förs annonsen sedan in på webbplatsen mot betalning. En annons innehåller typiskt sett en beskrivande text och ibland även ett fotografi. Besökare på webbplatsen kan sedan söka i annonserna med hjälp av fria sökord och även välja i vilken geografisk marknad sökning skall ske.

Metro Modern Media AB (Metro) bedriver en Internettjänst i form av en marknadsplats för privata köp- och säljannonser samt auktioner på webbplatsen [www.metromarknad.se](http://www.metromarknad.se). På webbplatsen kan besökare få information om privatannonser som lagts in på ett 60-tal svenska marknadsplatser för privatannonser, däribland Metros respektive Blockets webbplatser. Annonser från andra aktörers webbplatser görs tillgängliga på Metros webbplats genom hänvisningar i form av annonsrubriker. När en besökare klickar på den annonsrubrik som han är intresserad av, kommer han direkt till annonsen i aktuell databas. Sökfunktionen på Metros webbplats tillhandahålls genom AllaAnnonser Sverige AB:s (AllaAnnonser) sökmotor.

I målet aktuell marknadsföring har i huvudsak skett genom annonsering i svarandebolagets tidning Metro och i framställningar på startsidan till den egna webbplatsen, se exempel i [domsbilagan](#).

**YRKANDEN M.M.**

Blocket har yrkat att Marknadsdomstolen skall förbjuda Metro vid vite om 400 000 kr att

1. dels marknadsföra köp- och säljmarknadsverksamhet på Internet genom att erbjuda och ge allmänheten möjlighet att söka bland annonser från Blockets webbplats [www.blocket.se](http://www.blocket.se) om inte Blocket samtyckt till detta,

2. dels marknadsföra köp- och säljmarknadsverksamhet på Internet genom att lämna uppgift om antal annonser – både totalt och ”nya idag” – på webbplatsen [www.metromarknad.se](http://www.metromarknad.se) utan att samtidigt tydligt ange hur många av dessa radannonser som av annonsören har lagts in på Metros webbplats och hur många som lagts in på andra webbplatser och därför inte omsätts på Metros köp- och säljmarknad,

3. dels marknadsföra köp- och säljmarknadsverksamhet på Internet genom att lämna uppgift om antal annonser – både totalt och ”nya idag” – på webbplatsen [www.metromarknad.se](http://www.metromarknad.se) om inte dessa uppgifter är korrekta,

4. dels marknadsföra köp- och säljmarknadsverksamhet på Internet genom att använda kännetecknen ”blocket”, ”blocket.se” eller annan beteckning vari ordet ”blocket” ingår,

5. dels marknadsföra köp- och säljmarknadsverksamhet på Internet genom att använda påståendena

- a) ”Metromarknad.se vs. Blocket.se, Under kategori ”bilar” hittade vi 121.774 säljannonser via Metromarknad.se mot 86.881 vid sökning direkt på Blocket.se! Alltså: 1 – 0”,
- b) ”Metromarknad.se vs. Blocket.se, Under kategori ”båtar” hittade vi 7.797 säljannonser via Metromarknad.se mot 5.127 vid sökning direkt på Blocket.se! Alltså: 2 – 0”,
- c) ”Metromarknad.se vs. Blocket.se, Under kategori ”datorer” hittade vi 6.033 säljannonser via Metromarknad.se mot 3.831 vid sökning direkt på Blocket.se! Alltså: 3 – 0”,
- d) ”Metromarknad.se vs. Blocket.se, Under kategori ”cyklar” hittade vi 4.844 säljannonser via Metromarknad.se mot 3.535 vid sökning direkt på Blocket.se! Alltså: 4 – 0”,
- e) ”Metromarknad.se vs. Blocket.se, Under kategori ”motorcyklar” hittade vi 15.169 säljannonser via Metromarknad.se mot 12.249 vid sökning direkt på Blocket.se! Alltså: 5 – 0”,

- f) "Metromarknad.se vs. Blocket.se, Under kategori "hus & trädgård" hittade vi 9.614 säljannonser via Metromarknad.se mot 8.388 vid sökning direkt på Blocket.se! Alltså: 6 – 0",
- g) "Metromarknad.se vs. Blocket.se, Under kategori "filmer & musik" hittade vi 1.373 säljannonser via Metromarknad.se mot 868 vid sökning direkt på Blocket.se! Alltså: 7 – 0",
- h) "Metromarknad.se vs. Blocket.se, Under kategori "biljetter & resor" hittade vi 2.132 säljannonser via Metromarknad.se mot 1.700 vid sökning direkt på Blocket.se! Alltså: 8 – 0",

eller andra formuleringar med väsentligen samma innebörd eller vilka på annat sätt ger allmänheten uppfattningen att Metro på sin webbplats har fler egna annonser än vad Blocket har på sin webbplats om så inte är fallet.

Metro har bestritt yrkandena. För det fall Marknadsdomstolen skulle bifalla något av Blockets yrkanden 1-4 har Metro hemställt om skälig tid, inte understigande fyra veckor från delgåendet av dom i målet, för att vidta de ändringar som kan behövas i anledning därav.

Parterna har yrkat ersättning för sina rättegångskostnader.

Marknadsdomstolen har i beslut den 4 maj 2005 meddelat interimistiskt förbud i enlighet med Blockets yrkande under punkterna 5 a) - h) ovan.

## **GRUNDER OCH UTVECKLING AV TALAN**

Parterna har anfört i huvudsak följande.

### **Blocket**

#### *Allmänt*

Samtliga besökare på Blockets webbplats får tillgång till databasen och kan söka i denna. Databasen utgörs av ett stort antal annonser som insamlats, sammanställts, granskats och presenterats på ett systematiskt och metodiskt sätt. Annonsernas systematisering i databasen sker i enlighet med en väl utarbetad teknik och metod. Antalet annonser varierar men uppgår vid varje tid till cirka 275.000 stycken uppdelade på 50 olika kategorier. En annons ligger

kvar som längst i två månader. Under januari 2005 uppmätte mätföretaget N. att 1.318.000 ”unika besökare”, dvs. personer, denna månad besökte Blockets webbplats. Var och en av de dagligen cirka 9000 nya annonsanmälningarna granskas av Blockets personal och ett stort antal annonser godkänns inte för publicering. Även efter publicering sker granskningar av annonserna. Blocket lägger årligen ner miljontals kronor på systematisering, granskning och upprätthållande av databasen.

Blockets intäkter kommer från annonsavgifter och från försäljning av reklamutrymme på webbplatsens olika sidor. Kostnaden för kommersiell annonsering är högst på webbplatsens startsida och sjunker ju längre ner i webbplatsens struktur man kommer, där färre besökare återfinns. Besökare på Blockets webbplats leds från startsidan till en av tjugotre regionala undersidor vilket möjliggör för Blocket att anpassa den kommersiella marknadsföringen så att den får regional prägel. Dessutom erbjuder Blocket sina ”egna” besökare anpassad funktionalitet vilket innebär att besökare från olika geografiska orter kan identifieras och lägga in annonser på hemmamarknaden. Detta fungerar inte om besökaren kommer via en annan webbplats. Blocket har varumärkesskydd för varumärket ”blocket.se” både genom registrering och genom inarbetning och även skydd för varumärket ”blocket” genom inarbetning.

### *Metros verksamhet*

Metro lanserade i april 2005 en med Blocket direkt konkurrerande verksamhet, vilket också framgår av Metros webbplats; ”Metro Marknad, den enda köp och säljplats på Internet du behöver!”. Metro följer också Blockets prissättning av annonserna och syftet är att få folk att annonsera på Metros webbplats istället för på blocket. Metros tjänst är inte att jämföras med en sökmotor som google då verksamheten inte bedrivs i samma syfte eller fungerar på samma sätt. Metros framgång med dess verksamhet kommer att bero på i vilken omfattning Metro kan locka besökare till sin webbplats. Till skillnad från sina konkurrenter försöker Metro locka besökare med användning av sina konkurrenters annonser, vilket sker genom samarbetet med AllaAnnonser. Blocket har genom ett särskilt program blockerat samtliga sökrbotar, förutom google, vilket hindrar dessa från att hämta information från Blocket. Den robot som Metro via AllaAnnonser hämtar information med från Blocket har inte tillåtelse till detta, vilket också lämnas klara besked om vid hämtningsförsök. Från att tidigare ha kopierat Blockets hela databas har AllaAnnonser övergått till att söka i databasen i realtid. Om en besökare på Metros webbplats söker t.ex. ”Volvo” skickas en sökinstruktion till Blockets sökmotor som svarar som om det vore en fråga given av en besökare på Blockets

webbplats. Samtidigt genomgås samtliga annonser som lagrats på AllaAnnonser. På Metros webbplats görs en sammanställning och ett sammanlagt resultat redovisas för besökaren, men denne ser inte varifrån informationen har hämtats. Eftersom Blocket är marknadsledande, kommer den absoluta merparten av annonserna på Metros webbplats från blocket. Metros förfarande gör att besökaren inte besöker Blockets startsida eller andra inledande sidor, vilket medför att siffrorna över Blockets besöksmönster blir missvisande. Blocket kan därför inte förbättra webbplatsen och går även miste om annonsintäkter.

Gemensamt för Metros marknadsföring är att Metros tjänst framställs som stor och i direkt jämförelse med blocket som större än blocket.

### *Upphovsrätt*

Blocket åtnjuter upphovsrättsligt skydd för databasen. Blocket har inte givit Metro tillstånd till att göra vare sig databasen eller de skyddade alstren tillgängliga.

### *Förvanskning av annonserna*

På blocket listas alltid, om besökaren inte anger särskilda andra kriterier, annonserna i kronologisk ordning med den mest aktuella först. Om besökaren söker via Metros webbplats, kommer inte Blockets annonser i kronologisk ordning. Dessutom nedprioriteras alltid Blockets annonser så att färre visas på de första och viktigaste resultatsidorna. Det förekommer ibland tekniska fel på Metros webbplats och även att annonser tappas bort. Besökare vilseleds därför om omfattningen av och kvalitén av Blockets tjänst. Exempelvis framstår det som om Blocket har färre eller mindre aktuella annonser än det faktiskt har. Blocket har vidare strikta krav på vad som får annonseras. På Metros webbplats finns t.ex. inga restriktioner avseende pornografi. Att Blocket kan förknippas med pornografi, genom att dess annonser förekommer tillsammans med annonser med t.ex. pornografiskt innehåll, är mycket skadligt för Blockets renommé.

### *Kännetecken - renommé*

Genom flera års omfattande investeringar och framgångsrik verksamhet har Blocket inarbetat sina kännetecken "blocket" och "blocket.se" på marknaden för köp- och säljmarknadsplatser. Kännetecknen förknippas såväl med Blocket som med dess webbplats och åtnjuter

ett mycket gott renommé vilket anknyter till webbplatsens utformning och tillförlitlighet samt inte minst till storleken på databasen. För en köp- och säljmarknadsplats är storleken den enskilt viktigaste faktorn för att attrahera besökare och därmed öka omsättningen. Blocket.se är den mest besökta köp- och säljmarknaden i Sverige och "blocket" är även den näst vanligaste sökfrågan på google i Sverige. Enligt en ingiven inarbetsundersökning är "blocket" mycket starkt inarbetat och Blockets verksamhet är mycket omskriven. Metro utnyttjar Blockets renommé i samband med Googles tjänst "Google Adwords", genom vilken en viss annons visas vid ett visst sökord. Metro har i detta fall avtalat med Google om att få sin annons visad när någon söker "blocket.se" på google. I den annons som då visas kan besökaren klicka sig vidare till Metro. Genom att på detta sätt använda Blockets kännetecken och domänadress utnyttjar Metro Blockets renommé. Vidare används Blockets renommé till att locka besökare genom att Metro på sin webbplats erbjuder besökare att söka bland annonser som till största delen utgörs av Blockets annonser. Metro utnyttjar även Blockets renommé genom hänvisningen till blocket i de sökresultat som presenteras på Metros webbplats.

### *Grunder*

Genom att, utan tillstånd från Blocket, utnyttja och locka besökare med användning av Blockets kännetecken och annonsvolym, utnyttjar Metro det renommé som Blockets kännetecken och annonsdatabas har vilket är till skada för Blocket. Agerandet, vilket utgör renomménnyltning, strider därför mot 4 § marknadsföringslagen (1995:450), MFL. Även intrånget i Blockets rätt till dess databas samt till i databasen ingående upphovsrättsligt skyddade alster, strider mot 4 § MFL genom att marknadsföringen inte överensstämmer med annan lagstiftning. Metros marknadsföring är även vilseledande i strid mot 6 § och 8 a § MFL då den vid en jämförelse felaktigt ger intrycket av att Metro har en större köp- och säljmarknad och fler annonser än Blocket samt även förmedlar en felaktig bild av Blockets tjänst vid sökning på Metros webbplats. Marknadsföringen är också vilseledande om tjänsternas kommersiella ursprung i strid mot 4 och 6 §§ MFL genom Metros återgivande av Blockets kännetecken i Metros egen annonstext och på webbplatsen. Marknadsföringen är slutligen därjämte misskrediterande enligt 6 § 2 stycket 4 MFL eftersom Blockets marknadsföring, i vilken man sagt sig vara den ledande marknadsplatsen, genom Metros marknadsföring riskerar att – utan fog – bli uppfattad som osann.



## **Metro**

### *Allmänt*

Information på Internet presenteras på ett nästan oändligt antal webbplatser som var och en kan innehålla ett stort antal webbsidor. Webbplatserna och webbsidorna är enklast nåbara genom ett stort antal sökmotorer, varav den största är google. Genom google kan man i princip söka all information som lagts ut på webbsidor för allmänt beskådande. Det är normalt sett inte nödvändigt för Google eller ägare av andra sökmotorer att inhämta godkännande från innehavarna av alla webbplatser på vilka information kan sökas genom sökmotorn. Internet skulle inte fungera om webbplatsinnehavarna ställde upp sådana krav på tillstånd. För närvarande finns det cirka 100 svenska marknadsplatser för privatannonser på Internet. De är i regel uppbyggda så att annonsörerna lägger in en annonstext och eventuell bild samt några få enkla uppgifter, t.ex. varugrupp och pris, som underlättar sökningen. Säljannonserernas främsta intresse är att nå så många potentiella köpare som möjligt. Köparna söker sig företrädesvis till marknadsplatser där de genom enkla sökningar kan få fram så många relevanta annonser som möjligt. Den som är intresserad av säljannonser kan skaffa sig information genom t.ex. google och kan då länka sig vidare till annonsen. Ett sådant sökresultat, via google, ger dock inte någon överskådlig bild av utbudet på den svenska marknaden för privatannonser.

### *Om Metro*

Genom Metros Internettjänst kan en besökare i en och samma sökning få enkel och relevant information om privatannonser som lagts in på cirka 60 svenska marknadsplatser för sådana annonser. Till skillnad från google är AllaAnnonserns sökmotor utformad och inställd på att söka specifikt bland svenska privatannonser. Innehavarna av de webbplatser som omfattas av AllaAnnonserns sökningar anser i allmänhet att sökningarna är önskvärda och skickar själva information om de annonser som lagts in på deras respektive annonsplatser. Så gör dock inte Blocket som istället sedan juni 2005 har hindrat AllaAnnonserns sökrobot från att besöka webbplatsen. AllaAnnonser kopierar inte Blockets databas utan söker genom sökmotorn information om var på Internet olika annonser finns. Sökmotorn möjliggör också länkning direkt till annonserna. Metros söktjänst, som håller hög kvalitet, är jämförbar med google. Blocket mister inte annonsintäkter genom förfarandet; istället kan fler intäkter

genereras. Genom Metros tjänst blir det lättare för konsumenten att hitta annonser, vilket befrämjar handeln på Internet.

När en besökare på Metros webbplats söker en viss vara, söker och läser sökroboten av rubrik, pris, kategori och län i annonser på andra webbplatser. Det samlade sökresultatet visas på Metros webbplats. Det framgår tydligt varifrån annonsen kommer. Besökare som önskar ta del av viss annons, t.ex. på blocket, kan genom att klicka på en länk ta sig vidare till Blockets webbplats. Allt sker helt öppet och besökarna får också upplysningen att ”du skickas vidare till Blocket”. Från ett konsumentperspektiv är den enda skillnaden mellan sökningarna att de får en längre träfflista hos Metro samt en upplysning om att de i förekommande fall länkas vidare till blocket.

I sökresultatet placeras annonserna i datum- men inte klockslagsordning eftersom många webbplatser överhuvudtaget inte anger klockslag för införandet av annonser. Blockets annonser nedprioriteras inte. Länkning sker till Blockets webbplats där besökaren själv kan ta ställning till hur den platsen fungerar. Inte heller tappas annonser bort på vägen; dock anger inte Metro i marknadsföringen att Blockets samtliga annonser finns med. Även Metro uppställer strikta krav på innehållet i annonser som förs in på dess webbplats. Metro kan dock inte, lika lite som Google, förhindra att mindre seriöst material förekommer på någon annan webbplats till vilken Metro hänvisar.

### *Upphovsrätt*

Blockets databas uppfyller inte nödvändiga kriterier för skydd enligt upphovsrättslagen. För det fall Blocket önskar göra gällande upphovsrättsintrång skall sådan talan föras vid tingsrätten och inte i Marknadsdomstolen.

### *Grunder för bestridande m.m.*

Det föreligger inte renommésnyltning då Blockets kännetecken överhuvudtaget inte åtnjuter något renommé. I vart fall utnyttjar inte Metro något sådant. Google säljer sökord, såsom ”blocket”, varför en annons för Metros webbplats tidigare presenterades på sökordet ”blocket” på google. Metro har dock slutat med förfarandet. Metro använder inte ”blocket” eller ”blocket.se” för att marknadsföra köp- och säljverksamhet på Internet. På Metros webbplats förekommer ”blocket” endast i samband med att sökresultat presenteras samt när besökare

via länk klickas vidare till blocket. Detta sker endast som upplysning och inte som ett led i marknadsföring. Metros förfarande utgör inte heller intrång i någon immaterialrätt eller annan ensamrätt. Ett förbud mot viss marknadsföring kan för övrigt inte meddelas på den grunden att ett visst förfarande skulle utgöra intrång i en immaterialrätt. Metro har inte reservationslöst förmedlat uppfattningen att Metro har fler annonser än Blocket. Metro har korrekt, och med angivandet av sök-kriterier, angivit hur många annonser besökare på Metros webbplats kan söka bland och hur många annonser de kan få del av direkt via Blockets webbplats. Vad Metro förmedlar är det vederhäftiga budskapet att sökningar på Metros webbplats ger fler annonsträffar än motsvarande sökningar direkt på Blockets webbplats. Det är detta som är intressant för besökarna, inte var annonsen lagts in. Metros jämförelser är adekvata och vederhäftiga och har skett i enlighet med god marknadsföringssed. Inte heller är formuleringarna under Blockets yrkanden 5 a) - h) ovan ägnade att ge uppfattningen att Metro på sin webbplats har fler egna annonser än vad Blocket har på sin webbplats. Det bestrids att besökare på Metros webbplats skulle bibringas någon felaktig uppfattning om kvalitén hos Blockets tjänster eller att förvanskning skulle ske på något sätt.

## **BEVISNING**

Båda parter har åberopat skriftlig bevisning. Blocket har åberopat bl.a. tidningsannonser från tidningen Metro, utskrifter från olika webbplatser och en inarbetsundersökning. Metro har åberopat bl.a. utskrifter från sin och andra aktörers webbplatser, artiklar om Google och Metros regler för annonsering.

## **DOMSKÄL**

### *Inledning*

Målet gäller flera typer av marknadsföringsåtgärder, främst en annonskampanj i tidningen Metro och framställningar på Metros webbplats men även själva tillhandahållandet av Metros webbplats samt dess funktion i sig. Att ett förfarande redan har upphört utgör enligt Marknadsdomstolens praxis inget hinder mot att marknadsföringens förenlighet med marknadsföringslagen ändå prövas. Vidare har Marknadsdomstolen i flera tidigare avgöranden (bl.a. MD 1998:28 och 2006:2) uttalat att den marknadsrättsliga bedömningen skall ske fristående från immaterialrättsliga överväganden. Således kan ett förbud enligt marknadsföringslagen (1995:450), MFL, inte meddelas enbart på den grunden att ett förfarande utgör

t.ex. upphovsrättsintrång. Marknadsdomstolen prövar därför endast i det följande om påtalande åtgärder strider mot MFL eller inte.

*Yrkande 1)*

*Förbud för Metro att marknadsföra köp- och säljmarknadsverksamhet på Internet genom att erbjuda och ge allmänheten möjlighet att söka bland annonser från Blockets webbplats [www.blocket.se](http://www.blocket.se) om inte Blocket samtyckt till detta.*

Det är i målet ostridigt att Metro, liksom Blocket, har en egen marknadsplats på Internet för köp- och säljannonser och att Metro därutöver tillhandahåller en tjänst som gör det möjligt för en besökare att få tillgång även till annonser som lagts in på andra webbplatser än Metros. Yrkandet hänför sig till själva tillhandahållandet av Metros tjänst för en besökare att via webbplatsen söka och få sökresultat även avseende annonser som ursprungligen lagts in på Blockets webbplats. Frågan är om Metros förfarande kan vara att anse som otillbörligt enligt MFL.

Det har i målet framkommit att en besökare vid sökning av annons på Metros webbplats i förekommande fall länkas vidare till annons på annan webbplats, såsom blocket, och samtidigt erhåller information om att sådan länkning sker. Marknadsdomstolen finner inte att ett sådant förfarande strider mot MFL. Att som villkor för länkning ställa upp ett medgivande för att marknadsföringen inte skall anses otillbörlig enligt MFL, vilket Blockets yrkande går ut på, vore, i en situation som den föreliggande, att gå alltför långt. Yrkandet skall därför lämnas utan bifall.

*Yrkande 2)*

*Förbud för Metro att marknadsföra köp- och säljmarknadsverksamhet på Internet genom att lämna uppgift om antal annonser – både totalt och ”nya idag” – på webbplatsen [www.metromarknad.se](http://www.metromarknad.se) utan att samtidigt tydligt ange hur många av dessa radannonser som av annonsören har lagts in hos Metro och hur många som lagts in på andra webbplatser och därför inte omsätts på Metros köp- och säljmarknad.*

Yrkandet avser framställningar på startsidan för Metros webbplats. På startsidan anges endast hur många annonser besökaren totalt kan söka bland och inte var annonserna ursprung-

ligen lagts in. Blocket har gjort gällande att framställningarna ger en felaktig bild av Metros marknadsandelar, särskilt i jämförelse med Blockets, och därför är vilseledande. Därtill utgör förfarandet renommésnyltning.

Enligt Marknadsdomstolens mening kan framställningen för en besökare ge ett intryck av att det är just [www.metromarknad.se](http://www.metromarknad.se), dvs. Metros webbplats, som har angivet antal annonser. Det är emellertid ostridigt att merparten av annonserna kommer från blocket. Framställningen är därför vilseledande enligt 6 § MFL. Yrkandet skall på angivna skäl bifallas. Vid denna bedömning saknas skäl att pröva om marknadsföringen även kan utgöra renommésnyltning i strid mot 4 § MFL.

*Yrkande 3)*

*Förbud för Metro att marknadsföra köp- och säljmarknadsverksamhet på Internet genom att lämna uppgift om antal annonser – både totalt och ”nya idag” – på webbplatsen [www.metromarknad.se](http://www.metromarknad.se) om inte dessa uppgifter är korrekta.*

Yrkandet avser framställningar på startsidan för Metros webbplats. Av ingivna, och av Blocket åberopade, utskrifter av startsidan per den 16 januari 2006, den 27 januari 2006 och den 9 februari 2006 framgår att exakt samma antal annonser, både totalt och ”nya idag”, har angivits vart och ett av datumen. Metro har invänt att uppgifterna kommer från AllaAnnonser och för det fall de på grund av tekniskt fel skulle vara felaktiga är det ett misstag av så ringa betydelse att det inte skall förbjudas. Metro har därvid hänfört sig till avgörandet MD 1994:5 i vilket det var fråga om ett tryckfel på en affisch och i en annons där antalet läsare av en viss tidning felaktigt angetts till 58.500 istället för 58.000. I förevarande mål är det emellertid fråga om siffror som har angetts vid tre skilda tillfällen under en period överstigande tre veckor. Mot bakgrund av det stora antal nya annonser som enbart Blocket publicerar dagligen, är det osannolikt att antalet annonser skulle vara konstant under aktuella dagar. Marknadsdomstolen utgår ifrån att uppgifterna om antalet annonser är felaktiga och därmed vilseledande enligt 6 § MFL. Det har inte framkommit några omständigheter som gör att framställningen är att anse som ett ursäktligt misstag. Yrkandet skall därför bifallas, dock med viss justering.

*Yrkande 4)*

*Förbud för Metro att marknadsföra köp- och säljmarknadsverksamhet på Internet genom att använda beteckningen "blocket", "blocket.se" eller annan beteckning vari ordet "blocket" ingår.*

Yrkandet avser användningen av Blockets kännetecken i tre fall, nämligen dels att en annons för Metros webbplats visas som första träff vid sökning med ordet "blocket" på google, dels omnämmandet av "blocket.se" i påtalade tidningsannonser, dels också användningen av "blocket" i samband med länkning till blocket vid sökning på Metros webbplats. Blocket har gjort gällande att Metros användning av Blockets kännetecken utgör renommésnyltning i strid mot 4 och 8 a §§ MFL.

När det gäller Metros användning av "blocket" i samband med länkning från Metros webbplats, finner Marknadsdomstolen att detta endast sker som en upplysning för besökaren och att det inte kan anses vara fråga om någon otillbörlig användning av Blockets kännetecken i strid mot MFL. Detsamma gäller angivandet av "blocket.se" i tidningsannonserna. När det gäller Metros användning av "blocket" som sökord vid sökning på google finner Marknadsdomstolen inte heller här att förfarandet skulle kunna vara otillbörligt i strid mot MFL. Yrkandet skall på angivna skäl lämnas utan bifall.

*Yrkande 5 a ) - h)*

*Förbud för Metro att marknadsföra köp- och säljmarknadsverksamhet på Internet genom att använda vissa påståenden (annonskampanjen i tidningen Metro).*

Yrkandena avser påtalade tidningsannonser. Vid en översiktlig betraktelse av annonserna kan framställningarna däri för den genomsnittlige betraktaren uppfattas så som att det återfinns ett betydligt större antal annonser på [www.metromarknad.se](http://www.metromarknad.se), dvs. på Metros webbplats, än på blocket, dvs. på Blockets webbplats. Någon annan innebörd än att annonserna återfinns på respektive webbplats kan inte utläsas. Att Blockets annonser är inräknade i angivet antal annonser på Metros webbplats framgår inte. Framställningen ger därför intrycket av att Metro har en betydligt större marknadsplats för annonser än Blocket. I målet är emellertid utrett att Blocket på sin marknadsplats har betydligt fler egna annonser än Metro har på sin. Framställningarna är därför felaktiga och vilseledande enligt 6 § MFL. Yrkandet

skall således bifallas. Förbudet bör även omfatta andra formuleringar med väsentligen samma innebörd, vilka ger allmänheten uppfattningen att Metro på sin webbplats har fler egna annonser än vad Blocket har på sin webbplats, om så inte är fallet.

### *Övergångstid*

Det är rimligt att Metro, bl.a. för att göra nödvändiga ändringar på webbplatsen, medges en viss övergångstid med att efterkomma meddelade förbud. Förbuden skall därför inte träda i kraft förrän en månad efter Marknadsdomstolens dom.

### *Vite*

Av 19 § MFL följer att ett förbud skall förenas med vite om det inte av särskilda skäl är obehövligt. Sådana skäl föreligger inte. Vitet bör bestämmas till samma belopp som bestämts i det interimistiska förbudet, 400 000 kr.

### *Rättegångskostnader*

Den utgång som målet har fått innebär att parterna får anses vara ömsom vinnande och förlorande. Kostnaderna för de olika delarna i målet kan inte särskiljas. Vardera parten skall därför bära sin rättegångskostnad.

På Marknadsdomstolens vägnar

C H Fallenius

Ledamöter: Christer Fallenius, ordförande, Jörgen Holgersson, Anna-Lena Järvstrand, Maria Bengtsson, Jonas Häckner, Sten Nyberg och Örjan Sölvell. Enhälligt

Sekreterare: Louise W Conradi