

KÄRANDE

JP Infonet Förlag AB,
Ferkens Gränd 1, 111 30 STOCKHOLM
Ombud: advokaterna Peter Skoglund och
Henrik Bengtsson, Advokatfirman Delphi & Co,
Box 1432, 111 84 STOCKHOLM

SVARANDE

1. Infosoc rättsdata Aktiebolag,
Narvavägen 54 B, 553 12 JÖNKÖPING
2. Schultz-Infosoc AB,
Narvavägen 54 B, 553 12 JÖNKÖPING
Ombud för båda: advokaten Klas Lööf och jur. kand.
Kristoffer Jacobsson, Gärde Wesslau Advokatbyrå,
Box 684, 551 19 JÖNKÖPING

SAKEN

marknadsföring av databaser

DOMSLUT

1. Marknadsdomstolen förbjuder Infosoc rättsdata Aktiebolag vid vite av femhundrausen (500 000) kr att vid marknadsföring av databasen Infosoc Rättsdatabas för Socialtjänst

a) använda sig av följande påståenden:

- ”Över 90 % av landets socialförvaltningar nyttjar i dagsläget Infosoc Rättsdatabas för Socialtjänst”
- ”Infosoc Rättsdatabas för Socialtjänst används av socialtjänsten i över 90 % av landets kommuner”
- ”En handfull kunder har valt en (med Infosoc Rättsdatabas för Socialtjänst) konkurrerande produkt”

- ”JP Social har få sökvägar till information”
 - ”JP Social ägnar sig framför allt åt nyhetsservice” och
 - ”Mindre än vartannat av referaten i JP Social har expertkommentarer som till sitt innehåll kan anses delvis motsvara Infosocs sammanfattningar”
- eller andra påståenden med väsentligen samma innebörd, om så inte är fallet.

b) göra jämförelser med databasen JPSocialnet som förmedlar intrycket att vissa ämnesområden saknas i JPSocialnet, att det i JPSocialnet saknas detaljteman eller temanivåer, att det i JPSocialnet saknas möjlighet att fritextsöka hela databasen, att det i JPSocialnet saknas länkar från lagrum till rättsfall, att det i JPSocialnet saknas bevakningsfunktion samt att det i Infosoc Rättsdatabas för Socialtjänst finns rättsfallskommentarer, om så inte är fallet.

c) göra jämförelser med databasen JPSocialnet där vissa delmoment som ingår i JPSocialnet har utelämnats, utan att samtidigt tydligt ange vilka delmoment som har utelämnats.

2. JP Infonet Förlag AB:s yrkande 2 och yrkande 3 punkten e) lämnas utan bifall.

3. JP Infonet Förlag AB:s talan mot Schultz-Infosoc AB lämnas utan bifall.

4. Infosoc rättsdata Aktiebolag skall ersätta JP Infonet Förlag AB dess rättegångskostnader med sexhundrafyrtusentrehundrasjuttiosju (604 377) kr, varav 500 000 kr avser ombudsarvode, jämte ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker.

BAKGRUND

JP Infonet Förlag AB (JP) och Infosoc rättsdata Aktiebolag (Infosoc) tillhandahåller via Internet var sin databastjänst innehållande bland annat information och nyheter på socialrättens område. JP:s databastjänst är benämnd JPSocialnet och Infosocs är benämnd Infosoc Rättsdatabas för Socialtjänst. Bolagen konkurrerar om samma användare, i första hand kommuner och andra myndigheter. Den i målet aktuella marknadsföringen ägde rum i februari 2005 då Infosoc via e-post tillställde drygt 500 mottagare i sitt utskicksregister ett meddelande till vilket hade fogats ett nyhetsbrev, se domsbilaga 1, och en jämförelse mellan de båda ovan nämnda databaserna, se domsbilaga 2. Efter att vissa påpekanden gjorts från JP beträffande innehållet i jämförelsen sände Infosoc ett par veckor senare ett meddelande

till samma mottagare som tidigare om att en reviderad jämförelse, se domsbilaga 3, fanns tillgänglig för de som önskade ta del av en sådan.

Schultz-Infosoc AB (Schultz-Infosoc) är ett helägt dotterbolag till Infosoc. B. H. är vd för båda bolagen och dessa är verksamma i gemensamt kontor i Jönköping.

YRKANDEN M.M.

1. JP har yrkat att Infosoc och Schultz-Infosoc skall förbjudas att i marknadsföring använda sig av följande påståenden eller påståenden med väsentligen samma innebörd

- a) "Över 90 % av landets socialförvaltningar nyttjar i dagsläget Infosoc Rättsdatabas för Socialtjänst"
- b) "Infosoc Rättsdatabas för Socialtjänst används av socialtjänsten i över 90 % av landets kommuner"
- c) "En handfull kunder har valt en (med Infosoc Rättsdatabas för Socialtjänst) konkurrerande produkt"
- d) "JP Social har få sökvägar till information"
- e) "JP Social ägnar sig framför allt åt nyhetsservice" och
- f) "Mindre än vartannat av referaten i JP Social har expertkommentarer som till sitt innehåll kan anses delvis motsvara Infosocs sammanfattningar".

2. JP har yrkat förbud för Infosoc och Schultz-Infosoc att i marknadsföring göra jämförelser mellan antalet rättsfallsreferat i Infosoc Rättsdatabas för Socialtjänst och JP:s tjänst JPSocialnet med utelämnande av information om kvaliteten hos rättsfallsreferaten, innefattande rättsfallens ålder, avdömande instans och prövade rättsfrågor.

3. JP har yrkat förbud för Infosoc och Schultz-Infosoc att i marknadsföring använda sig av framställningar som

- a) förmedlar intrycket att följande ämnesområden saknas i JP:s tjänst JPSocialnet
 - Sekretess
 - Överklagande
 - Socialnämndens ansvar
 - Arkiv och register

- Rättegång
- Familjehem
- Institutionsvård
- Kommunal kompetens
- Brott i tjänsten
- Tillsyn
- Socialnämndens kompetens
- Skadestånd, ersättning
- Avgift
- Sammanträde,

b) förmedlar intrycket att det i JP:s tjänst JPSocialnet saknas detaljteman eller temanivåer,

c) förmedlar intrycket att det i JP:s tjänst JPSocialnet saknas möjlighet att fritextsöka hela JPSocialnet,

d) förmedlar intrycket att det i JP:s tjänst JPSocialnet saknas länkar från lagrum till rättsfall där det aktuella lagrummet aktualiserats,

e) förmedlar intrycket att Infosoc inom ramen för Infosoc Rättsdatabas för Socialtjänst tillhandahåller nyhetservice som är likvärdig med JP:s nyhetservice,

f) förmedlar intrycket att Infosoc inom ramen för Infosoc Rättsdatabas för Socialtjänst tillhandahåller rättsfallskommentarer som är likvärdiga med JP:s rättsfallskommentarer och

g) förmedlar intrycket att det i JP:s tjänst JPSocialnet saknas bevakningsfunktion.

4. JP har vidare yrkat förbud för Infosoc och Schultz-Infosoc att i marknadsföring göra jämförelser mellan Infosoc Rättsdatabas för Socialtjänst och JP:s tjänst JPSocialnet med utelämnande av följande delmoment i JPSocialnet

a) Delmomentet ”Lagbok social”

b) Delmomentet ”Rapporter och vägledande dokument”

c) Delmomentet ”Länkbibliotek”

d) Delmomentet ”Agenda”

e) Delmomentet ”Lokala nyheter”

f) Delmomentet ”Lokalt bibliotek” och

g) Delmomentet ”Lokal debatt”.

JP har vidare yrkat att förbuden enligt punkterna 1 - 4 ovan skall förenas med vite motsvarande 200 000 kr för varje åsidosättande, dvs. ett löpande vite.

Infosoc och Schultz-Infosoc har bestritt samtliga yrkanden.

Parterna har yrkat ersättning för sina rättegångskostnader.

GRUNDER OCH UTVECKLING AV TALAN

JP

Allmänt

Vid tiden för de aktuella marknadsföringsåtgärderna, januari och februari 2005, var Infosoc etablerat sedan många år, medan JP var ett relativt nytt företag i branschen. JP hade vid den aktuella tidpunkten tio anställda och anlidade dessutom trettio externa experter för författande av rättsfallskommentarer. JP har därefter ökat väsentligt både avseende antalet anställda och avseende företagets omsättning.

Vid jämförelser gäller i allmänhet ett strängt vederhäftighetskrav, vilket ytterligare skärps genom utpekande av en namngiven konkurrent. Den av Infosoc gjorda jämförelsen avser dessutom inte varor utan tjänster, vilket än mer skärper vederhäftighetskravet. Tjänster är ofta mer heterogena än varor och är därför regelmässigt svårare att ställa sida vid sida i en jämförelse. De i målet aktuella tjänsterna – databastjänster – är dessutom ytterst komplexa och därför mycket svåra att jämföra. Det sätt på vilket Infosoc presenterat sin jämförelse är vidare ägnat att än mer skärpa det redan högt ställda kravet på vederhäftighet, detta då man genom att använda uttryck som att ”räta ut en del frågetecken” och ”konkurrensanalys” gett sken av att jämförelsen är heltäckande och ger svar på alla frågor konsumenterna kan tänkas ha beträffande de båda tjänsterna. I det e-brev i vilket fanns länkar till nyhetsbrevet och till jämförelsen anges vidare att man bifogat en länk till en ”särskilt intressant jämförelse”, vilket skapar höga förväntningar hos adressaten avseende vederhäftigheten. Efter att den första jämförelsen hade distribuerats kontaktade JP Infosoc och krävde att rättelse skulle vidtas samt att skadestånd skulle utges. Infosocs svar på begäran från JP blev att man skickade ut en reviderad jämförelse, till vilken fogades ett missiv där Infosoc angav att JP hade haft synpunkter på den första jämförelsen, varefter Infosoc gjort en extra genomgång och vidtagit ett fåtal smärre korrigeringar. Detta meddelande förmedlar intrycket att den reviderade jämförelsen skulle vara mycket noga genomgången och alltigenom korrekt, vilket inte är fallet. Adressaterna till de båda utskicken var i huvudsak chefer och handläggare inom kommuner-

nas socialtjänster. Detta innebär inte att de kan ses som särskilt kvalificerade att bedöma den aktuella marknadsföringens innehåll, på så sätt att vederhäftighetskravet skulle sänkas. De uppgifter som presenteras i jämförelserna är mycket svåra för adressaten att kontrollera då de kräver tillgång till och en noggrann studie av de båda databaserna. Det omedelbara och även det bestående intrycket läsaren får är att Infosocs tjänst vid användande av alla tänkbara jämförelseparametrar är överlägsen JP:s tjänst. Detta förstärks av de i jämförelsen använda symbolerna grön bock, vilket signalerar godkänt, och rött streck, vilket signalerar underkänt. I jämförelserna har gröna bockar systematiskt använts för att beskriva funktionerna i Infosocs databas, medan samma funktioner i JP:s databas bara försetts med fyra gröna bockar, varav två inom parentes, och resterande nio jämförda funktioner försetts med rött streck. Den aktuella marknadsföringens mottagande på marknaden ger ytterligare stöd för att adressaterna inte ägnat den något närmare studium. Den omedelbara reaktionen blev nämligen att ett antal kommuner där JP låg i en långt framskriden införsäljningsfas tackade nej till JP:s tjänst med hänvisning till den av Infosoc spridda jämförelsen. Merparten av dessa kommuner är idag kunder hos JP, trots att den tjänst de nu betalar för är i princip identisk med den tjänst de tidigare tackade nej till på grund av jämförelsen. Det tog dock lång tid för JP att hämta sig efter de negativa effekter som Infosocs marknadsföring hade.

Yrkande 1 punkterna a) och b)

Vid den aktuella tidpunkten var det maximalt 80 procent av landets kommuner och socialförvaltningar som nyttjade Infosoc Rättsdatabas för Socialtjänst. Påståendena om 90 procent är således inte vederhäftiga.

Yrkande 1 punkten c)

JP hade 158 kunder till sin tjänst JPSocialnet i november 2004. Detta kan knappast betecknas som en handfull kunder. Påståendet är således ovederhäftigt.

Yrkande 1 punkten d)

I JP:s databas finns fyra olika sökvägar till information, vilket inte kan anses vara få sökvägar. Även detta påstående är därför ovederhäftigt.

Yrkande 1 punkten e)

Infosocs påstående om att JPSocial framför allt ägnar sig åt nyhetsservice är ägnat att förklara rättsdatabasen. Vid en jämförande studie av besöksfrekvensen mellan JP:s nyhetstjänst och dess rättsdatabaser i början av 2005 framgick att rättsdatabaserna var 3-5 gånger så populära bland användarna som nyhetstjänsten. Påståendet är alltså inte vederhäftigt.

Yrkande 1 punkten f), yrkande 2 samt yrkande 3 punkten f)

Det är visserligen korrekt att JP har färre rättsfall än Infosoc i sin databas. Detta är emellertid ett medvetet val från JP:s sida, då det gör databasen mer lättanvänd. JP har istället satsat på att låta experter på socialrättens område utförligt kommentera ett antal centrala rättsfall. Infosoc har å sin sida i sin databas en stor mängd underinstansavgöranden, gamla rättsfall och rättsfall som hänvisar till upphävd lagstiftning, vilket gör informationen svåränvänd för den som saknar juridisk utbildning. Rättsfallen i Infosocs databastjänst saknar vidare helt rättsfallskommentarer i egentlig mening, utan är endast bearbetade på så sätt att de har av-identifierats och försetts med en sammanfattande ingress. Jämförelsen, där fokus enbart lagts på antalet rättsfall, ger således en sned bild av de båda databastjänsterna.

Yrkande 3 punkten a)

Under samtliga de ämnesområden som upptas i yrkandet finns rättsfall i JP:s databas. Infosoc har underlåtit att i jämförelsen ange att man dragit gränsen vid ett visst antal rättsfall för att kategorin över huvud taget skulle redovisas. Man har dessutom varit inkonsekvent genom att redovisa kategorin "alkoholservering", trots att det där bara återfunnits fem rättsfall. Tabellen ger därmed en missvisande bild av JP:s databastjänst.

Yrkande 3 punkterna b) - d)

JPSocialnet har upp till fyra detaljteman, har möjlighet till global sökning samt har länkar från lagrum till aktuella rättsfall. Infosocs påståenden om att dessa funktioner saknas i JP-Socialnet är således vilseledande.

Yrkande 3 punkterna e) och g)

De utförda jämförelserna avser enligt uppgift från Infosoc förhållandena i november 2004. Infosoc har emellertid i jämförelserna antecknat att man i sin databastjänst har funktioner som skulle komma att införas först i början av år 2005. Detta är ytterligare ett exempel på hur godtyckligt och ovederhäftigt jämförelserna utförts, då man alltså jämfört databastjänsternas funktioner vid olika tidpunkter och då JP aldrig tillfrågats vilken utveckling man planerade för sin tjänst. I JPSocialnet fanns dessutom vid tiden för jämförelsen en bevakningsfunktion, varför denna funktion inte för JP:s del borde ha försetts med ett rött streck.

Yrkande 4

Genom att i jämförelsen utelämna ett antal väl utvecklade delmoment som återfinns i JP:s databastjänst men som saknas i Infosocs databastjänst har Infosoc ytterligare snedvridit jämförelsen.

Sammanfattningsvis strider den av Infosoc genomförda jämförelsen samt den reviderade jämförelsen mot de krav som uppställs i 8 a § marknadsföringslagen (1995:450), MFL, på så sätt att dessa innehåller vilseledande uppgifter, inte på ett objektivt sätt presenterar väsentliga, relevanta, kontrollerbara och utmärkande egenskaper hos de jämförda tjänsterna samt är nedsättande för JP.

Infosoc och Schultz-Infosoc

Allmänt

Infosoc grundades 1989. Infosoc Rättsdatabas för Socialtjänst har funnits på marknaden i 16 år. Under 2004 köpte Infosoc samtliga aktier i bolaget Schultz-Infosoc. Dotterbolaget har dock inget med den i målet aktuella databasen att göra och ägnar sig över huvud taget inte åt marknadsföring.

De båda jämförelserna bör enligt Infosocs mening ses som en marknadsföringsåtgärd. De är sända till samma mottagare med kort tidsmellanrum. Det sakliga innehållet är i huvudsak detsamma. Avgörande ur ett marknadsföringsperspektiv är då att helhetsbilden blir rättvisande. Det är också väsentligt att se till mottagarkretsen, här var det fråga om kvalificerade

adressater. Under hösten 2004 mottog Infosoc signaler från marknaden om att JP spridit oriktiga uppgifter som gick ut på att Infosoc var konkursmässigt, inte uppdaterade sin databas, etc. Därför fann Infosoc det nödvändigt med ett riktat utskick med information till sina kunder. Jämförelsen grundar sig på ett omfattande researcharbete som utfördes från november 2004 till februari 2005. Den utvisar stora skillnader i de jämförda produkternas kvalitet, där Infosocs databas vid tiden för jämförelsen bland annat innehöll fyra gånger så många rättsfall som JP:s databas.

Yrkande 1 punkterna a) och b)

Infosoc vidgår att uppgiften om 90 procent inte var korrekt. Enligt egna beräkningar hade man vid den aktuella tidpunkten 80,39 procent av kommunerna som betalande kunder samt ca fem procent som provkunder. Den siffra om 85 procent som angavs i den reviderade jämförelsen var således den korrekta.

Yrkande 1 punkten c)

Påståendet om en handfull kunder skall läsas så att en handfull av Infosocs kunder vid tidpunkten hade sagt upp sitt abonnemang hos Infosoc och valt en konkurrerande produkt, vilket är en vederhäftig uppgift.

Yrkande 1 punkten d)

JP:s databas har 2-3 sökvägar. Detta är få sökvägar i jämförelse med det antal sökvägar som finns i Infosocs databas. Påståendet är därmed vederhäftigt.

Yrkande 1 punkten e)

Infosoc vidhåller att det är en vederhäftig uppgift att huvuddelen av JPSocialnet består av nyhetsservice.

Yrkande 1 punkten f), yrkande 2 samt yrkande 3 punkten f)

JP hade vid tidpunkten för jämförelserna knappt hundra rättsfallskommentarer av relativt kvalificerad art. Detta är ett mycket begränsat antal i förhållande till det totala antalet rätts-

fall i databasen. Infosoc har å sin sida bearbetat en stor mängd av rättsfallen i sin databas, vilket är av stort värde för användarna. Infosoc rensar regelbundet ut gamla rättsfall och i de få fall man har redovisat underinstansavgöranden har dessa varit relevanta.

Yrkande 3 punkten a)

Infosocs uppfattning är att det är rimligt att dra gränsen vid ett lägsta antal rättsfall då man inte längre kan säga att man täckt ett visst ämnesområde. De ämnesområden där Infosoc funnit att JP haft för få rättsfall för att redovisas separat har lagts under en gemensam post benämnd ”övrigt”.

Yrkande 3 punkten b)

I JPSocialnet finns i genomsnitt 2,15 temanivåer, vilket är ett lågt antal i jämförelse med Infosocs genomsnitt på 4 temanivåer. Påståendet är därför vederhäftigt.

Yrkande 3 punkten c)

Infosoc vidgår att uppgiften om att det inte går att fritextsöka hela JPSocialnet var felaktig och uppgiften korrigerades också i den reviderade jämförelsen.

Yrkande 3 punkten d)

I JPSocialnet förekommer förvisso ett fåtal länkar från lagrum till rättsfall, men dessa är så begränsade till antalet att det inte vore korrekt att ange att tjänsten faktiskt finns i databasen. Det var därför korrekt att i tabellen för JP:s del markera denna funktion med ett rött streck.

Yrkande 3 punkten e)

Infosoc har inte påstått att de båda databasernas nyhetsservice är likvärdig, bara att tjänsten finns i båda databaserna. Detta är en vederhäftig uppgift.

Yrkande 3 punkten g)

Man måste göra skillnad på datumurval, som finns i JPSocialnet, och en komplett bevakningsfunktion, som infördes i Infosoc Rättsdatabas för Socialtjänst i februari 2005. Det var således korrekt att markera funktionen med en grön bock för Infosoc och ett rött streck för JP.

Yrkande 4

De i yrkandet upptagna delmomenten bör rimligen betecknas som ”kringtjänster” av mindre vikt för användarna. Totalbilden hade därför inte ändrats även om dessa delmoment hade redovisats i jämförelserna. De delmoment som listats under punkterna a) - c) finns dessutom även i Infosocs databas.

BEVISNING

På JP:s begäran har hållits partsförhör med bolagets vd J. P. och vittnesförhör med hovrättsrådet L. C.

På Infosocs och Schultz-Infosocs begäran har partsförhör hållits med bolagens vd B. H. Vidare har vittnesförhör hållits med Infosocs vice vd och marknadsansvarige M. J. samt Infosocs produktansvarige S. A.

Parterna har åberopat viss skriftlig bevisning, främst handlingar utvisande innehållet i de aktuella databaserna. Båda parter har vidare åberopat syn på de båda databaserna JPSocialnet och Infosoc Rättsdatabas för Socialtjänst.

DOMSKÄL

Allmänt

Marknadsföring skall vara vederhäftig. Det åligger den som i sin marknadsföring använt ett visst påstående att styrka att påståendet är riktigt. Kan han inte det skall påståendet anses ovederhäftigt. När det gäller jämförelser i reklam ställs höga krav på vederhäftighet, i synnerhet vid jämförelser med utpekade konkurrenter. Marknadsdomstolen har i sin praxis be-

träffande jämförande marknadsföring bland annat ställt upp kraven att en jämförelse måste vara representativ och omfatta ett rättvist urval produkter. Vidare krävs att de uppgifter jämförelsen bygger på är aktuella och att de skillnader som framkommer inte överdramatiseras. Det är av stor vikt att jämförelsen ger en rättvisande totalbild. För det fall jämförelsen har begränsats till att avse endast ett eller ett par specifika områden krävs att detta klart framgår.

Vidare har Marknadsdomstolen tidigare slagit fast att varje marknadsföringsåtgärd skall bedömas var för sig. Någon hänsyn till hur motparten tidigare bedrivit sin marknadsföring tas således inte och den omständigheten att en viss marknadsföring upphört eller ändrats utgör inte något hinder mot att pröva marknadsföringens förenlighet med MFL.

Talan mot Schultz-Infosoc

I målet är ostridigt att Infosoc Rättsdatabas för Socialtjänst ägs av Infosoc samt att de aktuella marknadsföringsåtgärderna vidtagits av Infosoc. Dotterbolaget Schultz-Infosoc har inte medverkat till marknadsföringen. JP har gjort gällande att ett förbud ändå bör riktas även mot Schultz-Infosoc då detta bolag, med sin nära koppling till Infosoc, annars skulle kunna kringgå ett förbud. Marknadsdomstolen finner emellertid inte att det i målet framkommit några skäl att låta ett eventuellt förbud omfatta även Schultz-Infosoc. Talan mot Schultz-Infosoc skall därför i dess helhet lämnas utan bifall.

Den aktuella marknadsföringen

Den marknadsföring Marknadsdomstolen har att bedöma utgörs dels av ett e-brev utskickat den 2 februari 2005 till vilket det fogats länkar till ett nyhetsbrev och en skrift rubricerad ”Jämförelse mellan Infosoc Rättsdatabaser och JP Social”, dels av en skrift rubricerad ”Jämförelse mellan Infosoc Rättsdatabaser och JP Social (reviderad 2005-02-18)”. Infosoc har gjort gällande att de två jämförelserna måste ses som en marknadsföringsåtgärd, på så sätt att om en uppgift har rättats till i den reviderade jämförelsen skall Infosoc inte lastas för att den ursprungliga uppgiften inte var korrekt. Marknadsdomstolen finner dock inte skäl att frånga principen att varje marknadsföringsåtgärd skall bedömas var för sig.

Infosoc har i det nämnda nyhetsbrevet, under rubriken ”Jämförelse Infosoc – JP Social” uppgett att man ”för att räta ut en del frågetecken” gjort en ”konkurrensanalys”. De valda uttrycken, liksom även utformningen av jämförelserna i sig, ger läsaren ett intryck av att en

komplett jämförelse mellan de båda databastjänsterna har gjorts. Som framgått ovan ställer detta tillvägagångssätt mycket höga krav, inte bara på vederhäftighet, utan även på att jämförelsen skall ge en rättvisande totalbild. Marknadsdomstolen kan härvid konstatera att Infosoc i såväl jämförelsen som den reviderade jämförelsen genomgående framhållit de områden där man ansett att den egna tjänsten haft sin styrka i förhållande till JP:s tjänst. En rättvisande totalbild har därmed inte getts. Som helhet kan utformningen av jämförelsen och den reviderade jämförelsen därför inte anses uppfylla de ovan redovisade kraven som ställs på jämförande reklam.

Med dessa utgångspunkter övergår Marknadsdomstolen till att pröva de framställda yrkandena.

Yrkande 1 punkterna a) och b)

Infosoc har medgett att den i jämförelsen angivna siffran 90 procent inte var korrekt. Då de aktuella påståendena således inte är vederhäftiga är de otillbörliga enligt MFL. Som framgått ovan saknar den omständigheten att siffran korrigerats i senare framställning betydelse.

Yrkande 1 punkten c)

Infosoc har gjort gällande att påståendet om att en handfull kunder har valt en konkurrerande produkt skall läsas så att en handfull av Infosocs kunder har sagt upp sitt abonnemang hos bolaget och valt en konkurrerande produkt. Påståendet är emellertid placerat under rubriken ”Jämförelse Infosoc – JP Social”, direkt efter påståendet om att över 90 procent av landets socialförvaltningar i dagsläget nyttjar Infosoc Rättsdatabas för Socialtjänst. Mot denna bakgrund finner Marknadsdomstolen att påståendet ger intryck av att det är en handfull av det totala antalet kunder på marknaden som har valt JP:s tjänst. Att detta inte är en korrekt beskrivning är ostridigt i målet. Påståendet är således inte vederhäftigt, varför det är otillbörligt enligt MFL.

Yrkande 1 punkterna d) - f)

Efter den syn som i målet hållits på de aktuella databaserna finner Marknadsdomstolen inte att Infosoc visat fog för vare sig påståendet att JP har få sökvägar till information, att JP framför allt ägnar sig åt nyhetservice eller att mindre än vartannat av referaten i JP Social

har expertkommentarer som till sitt innehåll kan anses delvis motsvara Infosocs sammanfattningar. Påståendena är således inte vederhäftiga, varför de är att anse som otillbörliga enligt MFL.

Sammanfattningsvis skall yrkande 1 bifallas i dess helhet.

Yrkande 2

I målet har framkommit att de jämförda databaserna vid den aktuella tidpunkten var uppbyggda på till stor del skilda sätt och att Infosoc och JP valt olika tyngdpunkter avseende informationen. En skillnad var att Infosocs databas hade ett större antal rättsfallsreferat, medan JP:s databas innehöll färre rättsfall som emellertid till viss del var åtföljda av utförliga rättsfallskommentarer. Vid en komplett jämförelse borde, för att ge en rättvisande helhetsbild av de båda databaserna, dessa skillnader ha redovisats. Som nämnts ovan är det dock tillåtet att inskränka en jämförelse till att avse ett visst område, förutsatt att inskränkningens noggrant redovisas. Såsom JP:s talan i denna del är utformad skulle ett bifall till yrkandet få till följd ett generellt förbud för Infosoc att framöver jämföra antalet rättsfallsreferat utan att vid varje tillfälle redovisa de i yrkandet nämnda aspekterna. Ett sådant förbud skulle, enligt Marknadsdomstolens mening, föra för långt. Yrkandet skall således ogillas.

Yrkande 3 punkten a)

JP har vid den syn som hållits förevisat att det i JPSocialnet vid tidpunkten för jämförelserna fanns rättsfallsreferat inom samtliga de ämnesområden som omfattas av det aktuella delyrkandet. Denna uppgift har heller inte bestritts av Infosoc, som däremot har menat att antalet rättsfallsreferat under respektive kategori var så få att man valde att presentera dem samlat under en post benämnd ”övrigt”. Resultatet har blivit en tabell där Infosocs sida är fylld medan JP:s sida till övervägande del gapar tom. Att på detta sätt, såsom Infosoc gjort, dels ta som utgångspunkt de ämnesområden som fanns i den egna databasen, dels – utan att någon information om detta lämnats till läsaren – för JP:s del dra gränsen vid ett visst antal rättsfall för att kategorin alls skulle redovisas, ger inte en rättvisande bild. Jämförelsen kan därmed inte anses vederhäftig, varför den är otillbörlig enligt MFL.

Yrkande 3 punkterna b) - g)

Denna del av yrkandet avser den andra tabell som presenterats i jämförelserna där diverse funktioner i respektive databas försetts med antingen en grön bock eller ett rött streck. Inledningsvis kan konstateras att de valda symbolerna har ett starkt symbolvärde, där grön bock måste anses signalera att något blivit godkänt medan ett rött streck inte kan tolkas på annat sätt än att det prövade har blivit underkänt eller helt saknas. Marknadsdomstolen har tidigare slagit fast att då reklam ofta läses flyktigt är det intrycket som ges vid ett första påseende som är av avgörande betydelse. Att tabellen försetts med en sidospalt där det lämnats vissa kompletterande kommentarer till varje bedömd funktion förtar således inte betydelsen av det första intryck de gröna bockarna och röda strecken gör på läsaren.

Vad avser punkterna b), c), d) och g) har vid den företagna synen framgått att dessa funktioner även finns i JPSocialnet. Det var således inte korrekt att i tabellen för JP:s del markera funktionerna med ett rött streck.

Såvitt avser punkten e) har funktionen nyhetsservice i tabellen försetts med en grön bock både för Infosoc och för JP. Varken härigenom eller genom den anslutande anmärkningen finner Marknadsdomstolen att Infosoc kan anses ha påstått att de båda databasernas nyhetstjänst var likvärdig, utan endast att tjänsten fanns att tillgå i respektive databas. Då det är ostridigt att så var fallet får det aktuella påståendet anses vederhäftigt.

Vad slutligen avser punkten f) har Infosoc i tabellen försett funktionen ”rättsfallskommentarer” med en grön bock för båda databaserna. I målet har framkommit att Infosocs databas vid tiden för jämförelserna innehöll ett stort antal rättsfallsreferat. Dessa var bearbetade på så sätt att de hade avidentifierats, sammanfattats och försetts med en ingress. Däremot var rättsfallen inte kommenterade, varför det inte rätteligen kan anföras att databasen innehöll några rättsfallskommentarer i ordets rätta bemärkelse. Det var således inte korrekt att i tabellen för Infosocs del markera funktionen med en grön bock.

Sammanfattningsvis skall således samtliga delar av yrkande 3 utom punkten e) anses otillbörliga enligt MFL varför yrkandet, med undantag av punkten e), skall bifallas.

Yrkande 4

Som anförts ovan ställer den omständigheten att Infosoc gett sken av att en komplett jämförelse mellan de båda databaserna har gjorts mycket höga krav, inte bara på vederhäftighet, utan även på att jämförelsen skall ge en rättvisande totalbild. Vid detta förhållande kan det inte anses förenligt med MFL att godtyckligt utelämna vissa funktioner i konkurrentens databas utan att samtidigt noggrant ange på vilket sätt jämförelsen har begränsats. Yrkandet skall därför bifallas, dock med den formulering som framgår av punkten 1 c) i domslutet.

Vite

Av 19 § MFL följer att ett förbud skall förenas med vite om det inte av särskilda skäl är obehövt. Sådana skäl föreligger inte. Tillräckliga skäl att förena förbudet med ett löpande vite har däremot inte framkommit i målet. Förbudet skall således förenas med sedvanligt vite om 500 000 kr.

Rättegångskostnader

Vid den angivna utgången får JP anses ha vunnit målet till så stor del att Infosoc skall ersätta JP:s rättegångskostnader i dess helhet. JP får emellertid med hänsyn till målets art och omfattning anses skäligen tillgodosett med en ersättning om sammanlagt 604 377 kr, varav 500 000 kr avser ombudsarvode, 100 000 kr för eget arbete samt yrkade 4 377 kr för utlägg.

På Marknadsdomstolens vägnar

C H Fallenius

Ledamöter: Christer Fallenius, ordförande, Per Eklund, Lars Hallén, Jonas Häckner och Eva Ossiansson. Enhälligt

Sekreterare: Karin Walberg