



MARKNADSDOMSTOLENS

DOM

2008:2

2008-01-22

Dnr C 24/06

## KÄRANDE

1. Unibet (London) Ltd, 1st Floor, Melbury House, 51 Wimbledon Hill Road, SW 19 7QW, England
  2. Unibet (International) Ltd, Plaza Complex, Bisazza Street, Sliema SLM 15, Malta
- Ombud för 1 och 2: advokaten O. W. och jur. kand. M. A., W. Advokatbyrå, Box 7543, 103 93 STOCKHOLM

## SVARANDE

1. Redbet Ltd, 13 Kensington Square, LONDON, W8 54D, England
  2. Redbet Holding AB, c/o Bankirfirman L. J., 111 47 STOCKHOLM
- Ombud för 1 och 2: advokaten J. Å. och jur. kand. E. C., Advokatfirman W. Anjou AB, Box 16030, 103 21 STOCKHOLM

## SAKEN

marknadsföring av speltjänster

---

Postadress  
Box 2217  
103 15 Stockholm

Besöksadress  
Birger Jarls Torg 9

Telefon  
08-412 10 30

E-post:  
[mail@marknadsdomstolen.se](mailto:mail@marknadsdomstolen.se)  
<http://www.marknadsdomstolen.se>

Telefax  
08-21 23 35

Expeditionstid  
måndag - fredag  
09:00 - 15:00

## DOMSLUT

1. Marknadsdomstolen förbjuder Redbet Ltd vid vite av sjuhundrafemtiotusen (750 000) kr att vid marknadsföring av speltjänster, på sätt som skett i den påtalade reklamen eller på väsentligen samma sätt, använda nedan angivna formuleringar eller andra liknande formuleringar.

- a) "Orolig för en skakig övergång?",
- b) "Byt från Unibet: Stanna hemma hos Redbet.",
- c) "Behåll dina kommentarer. Förlora inte ditt övertag i B2Bs nätverk.",
- d) "Behåll ditt alias. Förlora inte dina vänner.",
- e) "Redbet. Dina vänner – Din statistik – På dina villkor." och
- f) "Nytt annorlunda nätverk. – Nytt alias. – Din statistik försvinner. – Inga gamla kommentarer. – Obehagliga överraskningar."

2. Marknadsdomstolen lämnar Unibet (London) Ltd:s och Unibet (International) Ltd:s talan mot Redbet Holding AB utan bifall.

3. Redbet Ltd ska ersätta Unibet (London) Ltd och Unibet (International) Ltd deras rättegångskostnader med etthundraåttioåttatusen (188 000) kr avseende ombudsarvode jämte ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker.

4. Unibet (London) Ltd och Unibet (International) Ltd ska solidariskt ersätta Redbet Holding AB dess rättegångskostnader med etthundrasjuttioåttatusen (178 000) kr avseende ombudsarvode jämte ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker.

---

## **YRKANDEN M.M.**

Unibet (London) Ltd och Unibet (International) Ltd (nedan gemensamt benämnda Unibet) har yrkat att Marknadsdomstolen vid vite ska förbjuda Redbet Ltd och Redbet Holding AB (nedan gemensamt benämnda Redbet) att i sin marknadsföring använda följande eller andra väsentligen liknande påståenden

- a) "Orolig för en skakig övergång?",
- b) "Byt från Unibet: Stanna hemma hos Redbet.",
- c) "Behåll dina kommentarer. Förlora inte ditt övertag i B2Bs nätverk.",
- d) "Behåll ditt alias. Förlora inte dina vänner.",
- e) "Redbet. Dina vänner – Din statistik – På dina villkor." och
- f) "Nytt annorlunda nätverk. – Nytt alias. – Din statistik försvinner. – Inga gamla kommentarer. – Obehagliga överraskningar."

Redbet har bestritt yrkandet, Redbet Ltd på den grunden att marknadsföringen inte strider mot marknadsföringslagen (1995:450), MFL, Redbet Holding AB i första hand på den grunden att bolaget inte svarat för den aktuella marknadsföringen och i andra hand på den grunden att marknadsföringen inte strider mot MFL.

Parterna har yrkat ersättning för rättegångskostnader.

## **GRUNDER OCH UTVECKLING AV TALAN**

### **Unibet**

Unibet är Sveriges största privata speloperatör såvitt avser pokerspel via Internet. Bolaget omsätter ca 200 miljoner kr varje år och genererar stora vinster. Bolaget är välkänt i Sverige och har stort anseende på marknaden. Varumärket Unibet är registrerat och väl inarbetat samt har mycket hög igenkänningsfaktor hos spelare.

Det finns i huvudsak två typer av kommersiella aktörer på marknaden för pokerspel via Internet: speloperatörer och pokernätverk. Speloperatörerna utgörs bl.a. av Unibet och Redbet.

Pokernätverken utgörs bl.a. av B2B och Microgaming. Pokernätverken erbjuder tekniska plattformar som möjliggör för speloperatörernas kunder att spela poker via Internet. Den speloperatör som vill erbjuda sina kunder pokerspel via Internet sluter således avtal med ett pokernätverk vilket ger operatören rätt att använda nätverkets programvara (pokerklienten) i sin verksamhet. Speloperatören ges därvid rätt att designa och utforma utseendet på programvaran och har då bl.a. möjlighet att använda sitt eget kännetecken på densamma. Pokernätverket behåller dock alla rättigheter till själva programvaran. Den information som är hänförlig till den aktuella speloperatören kan inte lämnas ut till andra operatörer.

En person som vill spela poker via Internet går in på en speloperatörs webbplats och registrerar sig, dvs. öppnar ett spelkonto. Vid registreringen lämnar spelaren sina kontaktuppgifter, däribland ett användarnamn vilket kommer att användas som ett alias vid spelet. Efter registreringen kan spelaren välja att ladda ned pokerklienten eller spela direkt från webbplatsen. Om spelaren väljer att ladda ned klienten sparas densamma på spelarens hårddisk. Därefter kan spelaren öppna klienten och välja mellan ett flertal olika pokerspel med olika insatser. I B2B:s nätverk kan spelare från olika operatörer spela mot varandra. En spelare som använder sig av Redbets klient kan således spela mot spelare från andra operatörer som använder B2B:s programvara.

Marknadsföring av speltjänster sker i stor omfattning och framförallt på Internet. Anledningen härtill är att marknadsföring på Internet går snabbt att utforma och snabbt att anpassa. Den går även snabbt att länka till andra större webbplatser så att den får ett stort genomslag. Målgruppen, som i förevarande fall består av pokerspelare, är mycket vana Internetanvändare. Den aktuella typen av marknadsföring kan således få mycket stort genomslag hos spelare på mycket kort tid.

### Den påtalade marknadsföringen

#### *Allmänt*

Den aktuella marknadsföringen infördes av Redbet på webbplatsen [www.stannahemma.com](http://www.stannahemma.com) den 5 september 2006, se domsbilaga 1. Formuleringarna i marknadsföringen förekom i vart fall under de perioder som anges i nedanstående rubriker. Webbplatsen kunde nås bl.a. via

länk från [www.aftonbladet.se](http://www.aftonbladet.se). Marknadsföringen skedde i samband med att Unibet skulle byta från pokernätverket B2B till pokernätverket Microgaming, en s.k. migrering. En migrering är en ytterst känslig åtgärd för en speloperatör. Det är kanske den mest känsliga åtgärden som en operatör vidtar. I samband med en migrering måste operatören aktivt påverka befintliga spelare att följa med till det nya nätverket. Det är bl.a. därför operatörer i avtal med pokernätverk i detalj reglerar hur den information som är hänförlig till spelare skall hanteras. Redbet visste mycket väl hur känslig migreringen var för Unibet. Det var det som var skälet till att marknadsföringen infördes just den 5 september 2006. Det var nämnda datum och kort tid därefter som marknadsföringen kunde ha verkan. Marknadsföringen fick också den önskade effekten. Unibet förlorade väsentligt fler spelare och mycket större del av sin omsättning i Sverige än i andra länder när migreringen skedde. Detta skall jämföras med Redbet som under de två sista veckorna i september enligt sin egen kvartalsrapport ökade sin vinst med 500 procent.

*Formuleringen "Orolig för en skakig övergång?" (den 5-13 september 2006).*

Redbet har gjort gällande att den aktuella marknadsföringen utgör en jämförelse mellan två olika pokernätverk. Därmed blir formuleringen "Orolig för en skakig övergång?" vilseledande eftersom det inte var Microgaming som skulle migrera från B2B. Det var Unibet som skulle göra det. Det är i så fall inte en jämförelse mellan två pokernätverk utan mellan två speloperatörer. Formuleringen är oprecis och svepande. Det anges inte på vilket sätt övergången skulle vara skakig. Det anges inte heller hur länge den skakiga övergången skulle pågå. Vid tidpunkten för lanseringen av marknadsföringen hade Redbet ingen kännedom om att Unibet skulle råka ut för några problem vid migreringen. Detta var således endast ett löst antagande från Redbets sida. Till stöd för antagandet har Redbet åberopat att en konkurrent till bolagen, Expekt, drabbats av problem vid sin migrering. Expekt migrerade dock inte till B2B utan till ett helt annat pokernätverk. Redbet har baserat sitt påstående dels på vad en konkurrent till Unibet drabbades av, dels på vad som generellt kan inträffa vid IT-projekt. Redbet har vidare åberopat bevisning till stöd för att Unibet drabbades av problem. Denna bevisning tar endast sikte på problem som uppstod den 5 och 6 september 2006. Redbet använde dock som tidigare angivits även påståendet tiden därefter.

*Formuleringen "Byt från Unibet: Stanna hemma hos Redbet." (den 5 september 2006).*

I formuleringen används Unibets varumärke utan tillstånd av Unibet. Redbet gör gällande att spelare genom att byta från Unibet till Redbet skulle "stanna hemma" hos Redbet. Det är dock inte Redbet som äger den tekniska plattformen utan B2B. Genom påståendet ger Redbet spelare intrycket att bolaget äger pokernätverket vilket är felaktigt. Detta är dock talande för marknadsföringen i dess helhet. Redbet vill ge intrycket att spelare genom att "stanna hemma" hos Redbet får tillgång till det alias och den information som var tillgänglig under tiden som Unibetspelare samt att det skulle vara fråga om en överflyttning av Unibets konton i stället för en nyregistrering. Detta är felaktigt och vilseledande.

*Formuleringen "Behåll dina kommentarer. Förlora inte ditt övertag i B2Bs nätverk." (den 5-15 september 2006).*

När man spelar mot andra spelare i ett pokerrum ges man möjlighet att skriva in kommentarer om dessa spelare. Tanken är att spelare skall få ett visst stöd i sitt spelande. Kommentarer kan således användas när man senare möter samma spelare. Påståendet ger intrycket att en spelare skulle förlora sina kommentarer vid kvarstannande hos Unibet. Detta är felaktigt. Kommentarer sparas på en läsbar fil på spelarens hårddisk. Spelaren kan således när som helst få tillgång till dessa kommentarer. Detta innebär att påståendet är direkt felaktigt. Dessutom saknar inte kommentarerna betydelse i andra nätverk. Det är nämligen så att de flesta pokerspelare använder samma alias oavsett vilket nätverk de använder. Värdet är därmed detsamma. Påståendet i sig blir därför vilseledande.

*Formuleringen "Behåll ditt alias. Förlora inte dina vänner." (den 5-15 september 2006).*

Redbet gör här gällande att en spelare som byter från Unibet till Redbet får behålla det alias som användes hos Unibet. B2B fryste dock all information hänförlig till Unibet-spelare på B2B:s servrar. Detta innebar att vem som helst kunde gå in och registrera aktuella alias. Det var således inte endast Unibets gamla kunder som kunde göra detta. När Redbet garanterade att gamla kunder hos Unibet skulle få behålla sitt alias var detta således en direkt felaktig uppgift.

*Formuleringarna "Redbet. Dina vänner – Din statistik – På dina villkor." och "Nytt annorlunda nätverk. – Nytt alias. – Din statistik försvinner. – Inga gamla kommentarer. – Obehagliga överraskningar." (den 5-13 september respektive den 5-15 september 2006).*

Formuleringen "Redbet. Dina vänner – Din statistik – På dina villkor." förekommer i en ruta i marknadsföringen. Det är ganska uppenbart att formuleringen är kopplad till en ruta som finns nedanför och som bl.a. innehåller formuleringarna "Nytt alias" och "Din statistik försvinner". Uttrycket "Dina vänner" i relation till uttrycket "Nytt alias" ger intrycket att en spelare kan behålla sitt tidigare alias vid registrering hos Redbet och därmed också sina vänner. Om spelaren däremot följer med Unibet till ett "Nytt annorlunda nätverk" måste denne registrera ett nytt alias och kommer därmed att förlora sina vänner. Som ovan angivits är detta felaktigt eftersom samtliga alias frystes den 5 september 2006. Någon garanti för Unibets spelare att få behålla sina alias kunde därför inte lämnas. Uttrycket "Din statistik" skall sättas i relation till uttrycket "Din statistik försvinner". Vid spel genereras viss statistik. Denna statistik sparas på B2B:s servrar. För att en spelare automatiskt skall spara sin statistik på den egna hårddisken krävs att spelaren genom att aktivera viss funktion i pokerklienten väljer att göra så. Informationen laddas då ned på hårddisken i form av en läsbar fil. Den 5 september 2006 fryste B2B all information. Detta innebar att informationen på B2B:s servrar inte var tillgänglig för någon aktör. Redbets påstående "Behåll din statistik" är därför felaktigt såvitt avser de spelare som inte aktivt hade valt att spara sin statistik. I övriga fall var möjligheterna att behålla statistiken precis desamma oavsett vilken operatör man valde att tillhöra. Redbet har angivit att påståendet "Obehagliga överraskningar" anspelar på att en klient inte fungerar felfritt vid byte av miljö. Redbet hade dock redan vad avser påståendet "Orolig för en skakig övergång?" anspelat på att driftproblem skulle kunna uppkomma. Det skulle därför vara märkligt om angivna påståenden skulle betyda samma sak. Hur skall en spelare kunna förstå detta? Påståendet är svepande och har en negativ klang. Extrem försiktighet bör vidtas vid användandet av ett sådant påstående i marknadsföring som pekar ut konkurrenter. Spelare ges intrycket att man hos Unibet råkar ut för obehagliga överraskningar. Det innebär att påståendet inte på något sätt är sakligt eller vederhäftigt.

Sammanfattningsvis är Redbets påståenden i den påtalade marknadsföringen oriktiga, misskrediterande och vilseledande. Att använda Redbets logotyp i direkt anslutning till Unibets logotyp misskrediterar Unibets varumärke och innebär också renommésnyltning. Marknadsföringen strider därför mot 4, 6 och 8 a §§ MFL.

## **Redbet**

### Redbet och dess verksamhet

Redbet Holding AB (Redbet Holding) äger och förvaltar bolag inom spelsektorn. Redbet Holding är moderbolag i en koncern vars bolag bl.a. erbjuder olika spel via Internet. Redbet Holding är registrerat i Sverige och har sitt säte i Stockholm. Bolagets faktiska verksamhet utgörs av att självt eller genom dotterbolag utveckla och sälja spelprodukter, förvalta fast och lös egendom samt bedriva därmed förenlig verksamhet. Redbet Holding vare sig tillhandahåller speltjänster eller marknadsför Redbet Ltd:s speltjänster. Redbet Holding konstruerade inte den aktuella webbplatsen och tillgängliggjorde inte heller densamma.

Redbet Ltd grundades 2002 och har sedan 2004 tillhandahållit speltjänster i egen regi. Redbet Ltd är registrerat i England och Wales och innehar tillstånd av den brittiska spelkommissionen att bedriva spelverksamhet i Storbritannien. Redbet Ltd har säte i London. Redbet Ltd konstruerade den aktuella webbplatsen och tillgängliggjorde densamma.

### Den aktuella webbplatsen ([www.stannahemma.com](http://www.stannahemma.com))

Samma dag som Unibet bytte nätverk frigjorde B2B de alias som hade registrerats av Unibets spelare. Vem som helst kunde därefter registrera dessa alias. Kommentarer och statistik låg dock kvar på respektive spelares hårddisk. Redbet Ltd tillhandahöll den aktuella webbplatsen och en liten programvara, en s.k. applet, som gjorde det möjligt för spelare hos Unibet som önskade fortsätta att spela i nätverket att registrera sig hos Redbet Ltd och få sin Unibet-klient konverterad till en Redbet-klient. En spelare kunde således registrera sitt alias och därigenom få fortsatt tillgång till och användning av kommentarer och handhistorik. En f.d. Unibet-spelare kunde därmed fortsätta att spela inom B2B med sitt tidigare alias. En spelare som valde att följa med till det nya nätverket var tvungen att registrera ett nytt alias. Effekten härav var att gamla kommentarer och gammal statistik blev oanvändbar i det nya nät-



verket. Det fanns dock ingenting som hindrade Unibet-spelare att följa med till det nya nätverket, allra minst Redbet Ltd:s marknadsföring.

Den aktuella webbplatsen gjordes tillgänglig på morgonen den 5 september 2006. Vid 10-tiden ringde en representant för Unibet, N. R., till Redbet Holdings VD, J. S. Unibets budskap var att Redbet Ltd skulle upphöra med att nämna Unibet på webbplatsen. J. S. lovade att undersöka saken. Därefter kontaktade han L. E. som är Redbet Ltd:s VD. L. E. sade till J. S. att åtgärder skulle vidtas. Unibets representant ringde vid 11-tiden ånyo till J. S. Denne uppgav då att Redbet Ltd skulle avlägsna uttrycket ”Byt från Unibet: Stanna hemma hos Redbet” vilket L. E. hade bestämt. Strax före kl. 12 ringde J. S. till N. R. och berättade att uttrycket ”Byt från Unibet: Stanna hemma hos Redbet” hade eller omgående skulle avlägsnas från webbplatsen. Med detta besked förklarade sig N. R. nöjd. Vid 12-tiden hade webbplatsen förändrats. Uttrycket ”Byt från Unibet: Stanna hemma hos Redbet” hade ersatts med uttrycket ”Stanna hemma hos B2B via Redbet”, se domsbilaga 2. Exponeringen av det först nämnda uttrycket blev på grund av den snabba förändringen minimal. Redbet Ltd bestrider därför att Marknadsdomstolens prövning skall omfatta den version av webbplatsen som Unibet har åberopat och därmed uttrycket ”Byt från Unibet: Stanna hemma hos Redbet”. Den 13 december ändrades webbplatsen ytterligare på så sätt att uttrycken ”Redbet. Dina vänner – Din statistik – På dina villkor.” och ”Nytt annorlunda nätverk. – Nytt alias. – Din statistik försvinner. – Inga gamla kommentarer. – Obehagliga överraskningar.” togs bort, se domsbilaga 3. Två dagar senare ändrades webbplatsen ånyo genom att uttrycket ”Orolig för en skakig övergång?” togs bort, se domsbilaga 4.

### Den påtalade marknadsföringen

#### *Allmänt*

Redbet Ltd:s marknadsföring tar sin utgångspunkt i de fördelar som finns för en pokerspelare att kontinuerligt spela i ett och samma nätverk. Webbplatsen jämför effekterna av att upphöra att spela i nätverket B2B med effekten av att stanna kvar i detta nätverk, i detta fall effekten för en Unibet-spelare. De använda uttrycken innefattar inte en direkt jämförelse mellan Redbet Ltd och Unibet utan endast en indirekt jämförelse genom att Redbet Ltd till skillnad från Unibet är anslutet till B2B efter den 5 september 2006. Webbplatsen jämför inte på

något sätt de olika nätverken. Redbet Ltd upprättade webbplatsen efter det att Unibet offentliggjorde att bolaget avsåg att byta nätverk. Webbplatsens målgrupp var befintliga Unibet-spelare och riktade sig till spelare som uppskattade nätverket B2B och önskade fortsätta att spela i nätverket. Uttrycken på webbplatsen är sakligt och objektivt redovisade och tar sin utgångspunkt från två kategorier. Den ena är funktionaliteten som återfinns i datorprogrammen vid spel på Internet. Den andra är tidigare erfarenheter från andra pokerleverantörer vid byte av nätverk och branschens reaktioner på detta.

*Formuleringen "Orolig för en skakig övergång?"*

Uttrycket "Orolig för en skakig övergång?" har Redbet använt som en referens till vad som är allmänt känt inom branschen. Risken är överhängande att programvara inte fungerar vid byte av nätverk. När den kända speloperatören Expekt skulle byta nätverk i slutet av 2005 åtföljdes det av stora driftproblem under en längre period. Resultatet blev att spelarna utestängdes från spelande. Detta uppmärksammades av media. Problem uppstod också när Unibet bytte nätverk. Först vid 20-tiden den 5 september 2006 var det möjligt att spela på Unibets klient. Under de följande två dagarna upplevde spelarna driftstörningar. Information om detta förekom på Unibets webbplats.

*Formuleringen "Stanna hemma hos B2B via Redbet."*

Ordet "hemma" syftar på vad som är bekant, dvs. nätverket B2B. Uppmaningen är riktad till de Unibet-spelare som vill fortsätta att spela i det nätverk de känner sig hemma i vilket inte kunde ske med Unibets programvara efter migreringen.

*Formuleringen "Behåll dina kommentarer. Förlora inte ditt övertag i B2Bs nätverk."*

Uttrycket "Behåll dina kommentarer. Förlora inte ditt övertag i B2Bs nätverk." tar avstamp i den funktionalitet som återfinns i klienten, dvs. den programvara som finns hos den befintliga spelaren i relation till nätverket. Eftersom pokerspel går ut på att vinna mot andra spelare är det av största vikt att identifiera dessa spelare. De främsta verktygen är dels att komma ihåg alias, dels att skriva in kommentarer om motståndarna. Det är i och för sig riktigt att kommentarerna inte försvinner. De blir dock fullständigt oanvändbara i det nya nätverket. I det nya nätverket befinner man sig bland nya spelare som inte kan identifieras med hjälp av

gamla kommentarer. Att fortsätta sitt spel i det gamla nätverket skulle därmed ge ett övertag jämfört med spel i det nya nätverket.

*Formuleringen "Behåll ditt alias. Förlora inte dina vänner."*

Ett alias är den identitet som spelaren använder vid spelet. Om en speloperatör byter nätverk följer inte identiteten hos spelaren med automatiskt. Spelaren måste registrera sig på nytt. Detta eftersom ett alias kan vara upptaget i det nya nätverket. Eventuella kända motståndare försvinner genom bytet till det nya nätverket. Det finns således ingen garanti för att någon skall kunna registrera samma alias som tidigare använts. Redbet Ltd:s webbplats underlättade för Unibet-spelare att registrera sig på nytt i B2B. Sannolikheten är stor att samma alias kunde registreras. Därav uttrycket "Behåll ditt alias".

*Formuleringen "Redbet. Dina vänner – Din statistik – På dina villkor."*

Uttrycket "Redbet. Dina vänner – Din statistik – På dina villkor." tar avstamp i samma sak som ovan angiven formulering med tillägget handhistorik. Handhistoriken är fullständigt obrukbar i ett nytt nätverk. Den blir bara intressant om man kan koppla sitt gamla alias till sin gamla handhistorik. Det var det som webbplatsen underlättade genom att man med registrering av samma alias kunde koppla ihop detta med sin gamla statistik.

*Formuleringen "Nytt annorlunda nätverk. – Nytt alias. – Din statistik försvinner. – Inga gamla kommentarer. – Obehagliga överraskningar."*

Uttrycket är en variant på det som tidigare har nämnts och refererar till effekterna av att följa med sin operatör till ett nytt nätverk. Uttrycket "Obehagliga överraskningar" refererar till de problem som kan uppstå.

## **BEVISNING**

På Unibets begäran har vittnesförhör hållits med T. J.

På Redbets begäran har förhör under sanningsförsäkran hållits med L. E. och vittnesförhör med H. R.

Parterna har åberopat viss skriftlig bevisning.

## **DOMSKÄL**

Målet rör marknadsföring av speltjänster via Internet. Marknadsföringen har förekommit på en särskild webbplats och innehållit vissa formuleringar rörande pokerspel. Förändringar av marknadsföringens innehåll har skett under den tid webbplatsen har hållits tillgänglig. Fråga är dels vem som har svarat för marknadsföringen, dels vilken version av marknadsföringen som skall bedömas, dels om marknadsföringen strider mot bestämmelserna i marknadsföringslagen (1995:450), MFL.

*Vem har svarat för marknadsföringen?*

Unibet har gjort gällande att såväl Redbet Ltd som Redbet Holding har svarat för den aktuella marknadsföringen. Enligt Redbet har Redbet Ltd ensamt svarat för marknadsföringen.

Marknadsdomstolens bedömning

Redbet Ltd har medgett att bolaget har konstruerat och tillgängliggjort den aktuella webbplatsen. Att Redbet Ltd har svarat för marknadsföringen är därmed klarlagt. Såvitt gäller Redbet Holdings ansvar är det utrett att bolaget förmedlat vissa kontakter mellan Unibet och Redbet Ltd som föranlett att marknadsföringen har ändrats. I övrigt finns det inga uppgifter som visar att Redbet Holding har befattat sig med marknadsföringen. Redbet Holdings agerande synes enbart ha berott på att Unibet valt att kontakta Redbet Holding i stället för Redbet Ltd. Enbart den omständigheten att Redbet Holding förmedlat angivna kontakter kan mot denna bakgrund inte anses tillräckligt för att bolaget ska anses ha svarat för marknadsföringen. Redan av denna anledning ska Unibets talan mot Redbet Holding lämnas utan bifall.

*Vilken version av marknadsföringen ska bedömas?*

Unibet har gjort gällande att marknadsföringen ska bedömas med utgångspunkt från den version som inledningsvis har förekommit på den aktuella webbplatsen (domsbilaga 1).

Redbet Ltd har gjort gällande att marknadsföringen ska bedömas med utgångspunkt från den justerade version som har förekommit på webbplatsen från ca kl. 12.00 den 5 september 2006 (domsbilaga 2).

#### Marknadsdomstolens bedömning

En förutsättning för att marknadsföring ska kunna prövas enligt MFL är att den har gjorts tillgänglig för mottagarna. I förevarande fall framgår av utredningen att den version av marknadsföringen som Unibet hänvisat till har förekommit på den aktuella webbplatsen i vart fall under förmiddagen den 5 september 2006. Marknadsföringen i nämnda version har således gjorts tillgänglig för mottagarna och kan därmed prövas enligt MFL. Att marknadsföringen har ändrats efter kort tid föranleder ingen annan bedömning, särskilt inte då detta skett först efter påpekande från en konkurrent. Bedömningen av marknadsföringen ska således ta sin utgångspunkt i den version som först förebringats på webbplatsen.

#### *Strider marknadsföringen mot MFL?*

Unibet har gjort gällande att marknadsföringen är ovederhäftig, vilseledande, misskrediterande och innefattar renommésnyltning i strid mot 4, 6 och 8 a §§ MFL. Redbet Ltd har bestritt att så är fallet.

#### Marknadsdomstolens bedömning

Enligt 4 § MFL ska marknadsföring stämma överens med god marknadsföringssed och även i övrigt vara tillbörlig mot konsumenter och näringsidkare. Av stadgandet följer att all marknadsföring ska vara vederhäftig. Den som i marknadsföring använder sig av ett påstående ska kunna styrka påståendets riktighet. Kan vederbörande inte detta ska påståendet anses ovederhäftigt och därmed otillbörligt. Av stadgandet följer också att en näringsidkare inte obehörigen får anknyta till en annan näringsidkares verksamhet, produkter, symboler eller liknande (renommésnyltning). Enligt 6 § MFL får en näringsidkare vid marknadsföring inte använda påståenden eller andra framställningar som är vilseledande i fråga om näringsidkarens egen eller någon annan näringsidkares näringsverksamhet. Detta gäller särskilt framställningar som avser bl.a. produktens art, kvalitet och användning. I 8 a § MFL anges att en näringsidkare i sin reklam direkt eller indirekt får peka ut en annan näringsidkare eller

dennes produkter endast under vissa förutsättningar. Bl.a. får jämförelsen inte vara vilseledande. Den får inte heller vara misskrediterande eller nedsättande för en annan näringsidkares verksamhet, förhållanden, produkter, varumärken, firma eller andra kännetecken. Vidare följer av stadgandet att jämförelsen inte får innefatta renommésnyltning. Av naturliga skäl får en jämförelse innehålla information som är negativ för en konkurrents produkter eller verksamhet, dock förutsatt att det sker i korrekta former. Det bör sålunda också vara tillåtet att peka på risker och problem som kan vara förbundna med att använda ett annat företags produkter. Marknadsdomstolen vill dock understryka vikten av att sådana uppgifter inte överdrivs och verkligen kan styrkas. Av stor betydelse är det helhetsintryck som uppkommer. Reklam som med lösa antaganden eller overifierade påståenden hos konsumenterna frammanar farhågor för förluster, skador och liknande kan inte godtas.

Med utgångspunkt från det ovan angivna konstaterar Marknadsdomstolen inledningsvis att den aktuella marknadsföringen direkt pekar ut Unibet såväl i text som med återgivande av bolagets varumärke eller därmed förväxlingsbar symbol. I marknadsföringen görs således en direkt jämförelse mellan Unibets och Redbet Ltd:s pokerklienter i ljuset av Unibets byte av pokernätverk. Det rör sig därmed om sådan jämförande reklam som avses i 8 a § MFL.

När det gäller det närmare innehållet i marknadsföringen kan konstateras att formuleringarna "Orolig för en skakig övergång?" och "Byt från Unibet: Stanna hemma hos Redbet" direkt anspelar på Unibets byte av pokernätverk. Formuleringarna ger intrycket att problem kommer att uppstå vid bytet men att dessa problem kan undvikas om spelare i stället väljer Redbet Ltd:s pokerklient. De övriga formuleringar som har förekommit i marknadsföringen tar sikte på nämnda problem och innefattar påståenden om vad som kommer att ske med spelares alias, kommentarer och statistik vid nätverksbytet. Uttrycket "Behåll dina kommentarer. Förlora inte ditt övertag i B2B:s nätverk" ger därvid intrycket att spelarnas kommentarer kommer att försvinna vid nätverksbytet. Av utredningen framgår dock att kommentarer i förekommande fall sparas på respektive spelares dator. Påståendet är därmed felaktigt. Att kommentarerna inte har samma värde efter nätverksbytet saknar i detta sammanhang betydelse. Vidare ger uttrycket "Behåll ditt alias. Förlora inte dina vänner" intrycket att spelare alltid kan behålla sitt alias vid byte till Redbet Ltd men att så aldrig kan ske vid kvarstannande hos Unibet. Utredningen visar dock att det har funnits en möjlighet att behålla sitt alias såväl hos Unibet som hos Redbet Ltd men att det saknats garanti för att så skulle ske. Även detta påstående är därför felaktigt. Att Redbet Ltd har tillhandahållit en klient för att

underlätta för spelare att registreras sig hos bolaget med det alias som använts hos Unibet föranleder ingen annan bedömning. Det intrycket som ovan angivna uttryck förmedlar förstärks av innehållet i de två rutor som är placerade på höger sida i marknadsföringen. I dessa rutor ställs formuleringarna ”Redbet. Dina vänner – Din statistik – På dina villkor.” och ”Nytt annorlunda nätverk. – Nytt alias. – Din statistik försvinner. – Inga gamla kommentarer. – Obehagliga överraskningar.” mot varandra. Sammantaget förstärker dessa formuleringar helhetsintrycket att spelare som stannar kvar hos Unibet kommer att drabbas av problem, att deras kommentarer kommer att försvinna och att de kommer att förlora sitt alias och därmed sina vänner. Vidare innefattar sist nämnda formuleringar ett direkt påstående om att spelarnas statistik (handhistorik) kommer att försvinna. Av utredningen framgår dock att komplett handhistorik alltid sparas på pokernätverkets servrar och att individuell handhistorik även sparas på respektive spelares dator i den mån spelaren själv valt att göra så. Därmed är också detta påstående felaktigt.

Mot bakgrund av det ovan anförda anser Marknadsdomstolen att den påtalade reklamen i dess helhet är att bedöma som ovederhäftig och vilseledande i strid mot 4, 6 och 8 a §§ MFL. Vad gäller Unibets påståenden om misskreditering och renommésnyltning har dessa inte närmare utvecklats. Domstolen kan därför inte finna att marknadsföringen strider mot MFL på dessa grunder. Detta saknar dock betydelse för utgången av målet. Unibets talan mot Redbet Ltd ska i enlighet med det tidigare anförda bifallas. Förbudet bör få den utformning som framgår av domslutet.

#### *Vite*

Enligt 19 § MFL ska ett förbud förenas med vite, om det inte av särskilda skäl är obehövligt. Några sådana särskilda skäl föreligger inte i förevarande fall. Förbudet ska därför förenas med vite. Vitesbeloppet bör bestämmas till 750 000 kr.

#### *Rättegångskostnader*

Vid ovan angiven utgång ska dels Redbet Ltd ersätta Unibet för rättegångskostnader, dels Unibet ersätta Redbet Holding för rättegångskostnader. Om de yrkade beloppen råder inte

tvist. Redbet Ltd bör svara för hälften av Unibets kostnader. Ersättningen till Unibet ska därmed bestämmas till 188 000 kr och ersättningen till Redbet Holding ska bestämmas till 178 000 kr.

På Marknadsdomstolens vägnar



C H Fallenius

Ledamöter: Christer Fallenius, ordförande, Jörgen Holgersson, Lennart Göranson, Jonas Häckner och Anders Stenlund. Enhälligt

Sekreterare: Mathias Wastesson