



**KÄRANDE**

Lokaldelen i Sverige AB,  
Box 623, 301 16 HALMSTAD  
Ombud: advokaten P. E. och  
jur. kand. L. Å., Advokatbyrå  
G. AB, Box 739, 220 07 LUND

**SVARANDE**

D. A. R.,  
Bjursätravägen 25 C, 124 62 BANDHAGEN

**SAKEN**

Marknadsföring av telefonkataloger

---

**DOMSLUT**

1. Marknadsdomstolen förbjuder D. A. R. vid vite av sjuhundrafemtiotusen (750 000) kr att vid marknadsföring av telefonkataloger i pappersform eller annan form använda beteckningen LOKALADELEN eller annat med LOKALDELEN förväxlingsbart kännetecken,
  - a) ange LOKALADELEN, eller annat med LOKALDELEN förväxlingsbart kännetecken, på orderbekräftelser, fakturor eller andra trycksaker samt
  - b) uppge eller på annat sätt ge sken av att man representerar Lokaldelen eller dess katalog LOKALDELEN.
  
2. D. A. R. ska ersätta Lokaldelen i Sverige AB dess rättegångskostnader med fyrtiofemtusenfyrahundrasextiotvå (45 462) kr, varav 44 287 kr avser ombudsarvode, jämte ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker.

## YRKANDEN M.M.

Lokaldelen i Sverige AB (Lokaldelen) har yrkat att Marknadsdomstolen, vid vite om 300 000 kr eller annat belopp som Marknadsdomstolen finner verkningsfullt, ska förbjuda D. A. R. att vid marknadsföring av telefonkataloger i pappersform eller annan form

- a) använda beteckningen LOKALADELEN eller annat med LOKALDELEN förväxlingsbart kännetecken,
- b) ange LOKALADELEN, eller annat med LOKALDELEN förväxlingsbart kännetecken, på orderbekräftelser, fakturor eller andra trycksaker samt
- c) uppge eller på annat sätt ge sken av att man representerar Lokaldelen eller dess katalog LOKALDELEN.

Vidare har Lokaldelen yrkat ersättning för sina rättegångskostnader.

D. A. R. har förelagts att inkomma med svaromål och beretts tillfälle att slutföra sin talan, men har inte hörts av.

Talan i målet riktar sig mot dels D. A. R. personligen, dels bolaget Comple Entreprenad AB (Comple). Marknadsdomstolen beslutade dock den 1 december 2009 – med hänsyn till att handläggningen av målet i den del det rör Comple försenats på grund av delgivnings-svårigheter – att meddela deldom i målet mellan Lokaldelen och D. A. R.

## GRUNDER OCH UTVECKLING AV TALAN

Lokaldelen har anfört i huvudsak följande.

### *Allmänt*

Lokaldelen är en av Sveriges största utgivare av lokala telefonkataloger och ger bl.a. ut den välkända telefonkatalogen LOKALDELEN. Varje år ges LOKALDELEN ut på 245 olika orter i Sverige vilket innebär att katalogen är representerad på nästan samtliga orter i landet. Katalogen har getts ut under i vart fall 30 år och delas kostnadsfritt ut till i stort sett samtliga hushåll och företag på respektive ort. Den totala upplagan av kataloger benämnda LOKAL-

DELEN uppgår årligen till ca 4 miljoner exemplar i Sverige. En övervägande majoritet av Sveriges hushåll har således tillgång till katalogen.

Av en marknadsundersökning genomförd 2003 framgår att kännedomen om LOKALDELEN uppgår till 87 % på den svenska marknaden. Av undersökningen framgår dessutom att LOKALDELEN besitter gott renommé då 70 % av de tillfrågade anser att de har en positiv eller mycket positiv inställning till LOKALDELEN.

Lokaldelen är även innehavare av domännamnet [www.lokaldelen.se](http://www.lokaldelen.se). Av utdrag från webbplatsen framgår att kännetecknet LOKALDELEN exponeras tydligt på webbplatsen. På webbplatsen kan sökningar göras efter ett specifikt företag eller efter samtliga företag inom ett visst område eller i hela landet.

Mot bakgrund av den omfattande exponeringen av dels den fysiska telefonkatalogen LOKALDELEN, dels den elektroniska katalogen med samma namn anser Lokaldelen att LOKALDELEN är ett för Lokaldelen inarbetat och välkänt kännetecken. Vidare har Lokaldelen skapat en positiv inställning till sin produkt och sitt kännetecken LOKALDELEN varför LOKALDELEN besitter renommé.

Marknadsdomstolen har dessutom i ett flertal tidigare avgöranden gjort bedömningen att LOKALDELEN får antas vara väl känd bland näringsidkare i den region eller ort som katalogen avser (se bl.a. MD 2003:36, 2003:38, 2006:9 och 2006:25).

#### *Den påtalade marknadsföringen*

D. A. R. har varit styrelseledamot i Comple. Enligt uppgift från Comple utgör bolaget ett faktureringsbolag till ett annat bolag, MKG Media AB (MKG). Comple har dock – förutom fakturor – även skickat ut orderbekräftelser. Dessa har precis som de som MKG skickat ut varit utformade på sådant sätt att de är ägnade att uppfattas som att de härstammar från Lokaldelen och att de avser betalning för införande i den kända katalogen LOKALDELEN. Kopplingen som kan göras mellan Comple och orderbekräftelserna är det telefonnummer som står angivet på bekräftelsen vilket är samma telefonnummer som står angivet på fakturorna.

Tillvägagångssättet för såväl MKG som Comple verkar således i standardfallet ha varit att Lokaldelens kunder mottagit en orderbekräftelse från MKG i vilken det överst har stått angivet ”TELEFONKATALOG LOKAL”. Då kunden blivit osäker på vem som är fakturans avsändare och ringt upp det på fakturan angivna numret har den person som svarat gett sken av att representera Lokaldelen. Mot bakgrund av detta har kunden skrivit på orderbekräftelsen varefter en faktura avseende annonsering i ”Telefonkatalogen” skickats från ”Comple Entreprenadmedia AB”. Det organisationsnummer som angetts på fakturan är identiskt med Complets organisationsnummer. På fakturan anges vidare samma referensperson som på orderbekräftelsen samt det telefonnummer som även har framkommit på de av Comple utskickade orderbekräftelserna.

Lokaldelen har inget med Comple, MKG eller orderbekräftelserna/fakturorna att göra. Lokaldelens kunder har således genom angivandet av LOKALADELEN vilseletts att tro att orderbekräftelsen kommer från Lokaldelen. Comple har dessutom genom uppgifter via telefon vilselett kunder att tro att det föreligger ett kommersiellt samband mellan Comple och Lokaldelen.

Såvitt Lokaldelen känner till ger Comple varken ut någon tryckt katalog eller tillhandahåller någon företagssöktjänst på Internet, varför deras marknadsföringsåtgärder och strategier utgör en ren bluff. Comple är sedan den 23 januari 2009 upptaget på Svensk Handels varningslista.

Sammanfattningsvis innebär detta att Comple har tillställt Lokaldelens kunder orderbekräftelser samt efterföljande fakturor avseende annonsering i telefonkatalogen LOKALADELEN. Genom att använda det klart förväxlingsbara namnet Lokaldelen i orderbekräftelserna har det funnits en uppenbar risk för att kunderna har fått uppfattningen att Comple har anknytning till Lokaldelen och att orderbekräftelserna har avsett införande i Lokaldelens katalog LOKALADELEN. Marknadsföringen är därmed vilseledande i fråga om såväl Complets som Lokaldelens verksamheter. Det har funnits en påtaglig risk för att kundernas beslut har fattats utifrån förutsättningen att materialet kom från Lokaldelen och inte – som fallet är – från ett oseriöst ”katalogföretag” utan någon egen produkt. Complets vilseledande marknadsföring och övriga marknadsföringsåtgärder har påverkat – eller i vart fall sannolikt påverkat – mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut. Comple har därför vid sin marknadsföring brutit mot 8 och 10 §§ marknadsföringslagen (2008:486), MFL.

Comples marknadsföring har även inneburit ett otillbörligt utnyttjande av det renommé katalogen LOKALDELEN besitter och som tillkommer Lokaldelen. Om kunderna genom orderbekräftelsernas utformning hade kunnat vara säkra på att bekräftelserna kom från ett okänt och oseriöst bolag, utan någon egen produkt, hade det inte inneburit några problem att fatta ett välgrundat affärsbeslut. Nu har emellertid förutsättningarna varit annorlunda och kundernas beslutsunderlag har således påverkats av Complets marknadsföring varför bolaget vid sin marknadsföring även brutit mot 5 och 6 §§ MFL.

D. A. R. – som numera har utträtt ur Complets styrelse – har varit styrelseledamot samt behörig att ensam teckna firman under den tid som den nu aktuella marknadsföringen skedde. Det är av stor vikt att D. A. R. hindras från att bedriva oseriös marknadsföring av liknande slag som nu är aktuell inom ramen för en annan verksamhet. I sin egenskap av ställföreträdare för bolaget har D. A. R. i väsentlig mån bidragit till den otillbörliga marknadsföringen. Det är således viktigt att han meddelas ett vitesförbud. Särskilda skäl att inte förena förbudet med vite föreligger inte.

## **BEVISNING**

Lokaldelen har åberopat viss skriftlig bevisning, däribland kopior av ett flertal orderbekräftelser och fakturor samt en marknadsundersökning.

## **DOMSKÄL**

Enligt 5 § marknadsföringslagen (2008:486), MFL, ska marknadsföring stämma överens med god marknadsföringssed. Av 6 § MFL följer att marknadsföring som strider mot god marknadsföringssed enligt 5 § MFL är att anse som otillbörlig om den i märkbar mån påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

Enligt 10 § MFL får en näringsidkare vid marknadsföringen inte använda sig av felaktiga påståenden eller andra framställningar som är vilseledande i fråga om näringsidkarens egen eller någon annans näringsverksamhet. Stadgandet tar bl.a. sikte på fall där näringsidkare vilseleder mottagaren om en produkts kommersiella ursprung. Av 8 § MFL följer att marknadsföring som är vilseledande enligt bl.a. 10 § att anse som otillbörlig om den påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

Lokaldelen har gjort gällande att Comple marknadsföring dels inneburit ett vilseledande om kommersiellt ursprung i strid med 8 och 10 §§ MFL, dels ett utnyttjande av Lokaldelens goda renommé i strid med 5 och 6 §§ MFL.

För att Complets förfarande ska anses strida mot ovan nämnda stadganden på det sätt som Lokaldelen har gjort gällande krävs att det som har utnyttjats är så känt på marknaden att det förknippas med viss näringsidkares verksamhet.

Marknadsdomstolen har i ett flertal tidigare avgöranden gjort bedömningen att Lokaldelens katalog LOKALDELEN får antas vara väl känd bland näringsidkare i den region eller ort som katalogen avser (se bl.a. MD 2003:36 och 2009:22). Något skäl att göra en annan bedömning i det nu aktuella målet föreligger inte.

D. A. R. har inte hörts av och har således inte bemött vad Lokaldelen har anfört. Lokaldelens uppgifter framstår som rimliga och vinner stöd av orderbekräftelserna, fakturorna och marknadsundersökningen som Lokaldelen har åberopat som bevisning. Lokaldelens uppgifter bör därför läggas till grund för bedömningen i målet.

Av Lokaldelens uppgifter och av utredningen i målet i övrigt framgår att Comple har tillställt Lokaldelens kunder fakturor – men även orderbekräftelser – avseende annonsering. Genom att använda det klart förväxlingsbara namnet LOKALADELEN i stor iögonfallande stil placerat överst i bekräftelserna har det funnits en uppenbar risk för att kunderna får uppfattningen att orderbekräftelserna härrör från Lokaldelen och att de fakturor som Comple sedermera har skickat ut med angivande av ”Telefonkatalogen” har anknytning till Lokaldelen samt att bekräftelserna/fakturorna avser införande i Lokaldelens katalog LOKALDELEN. Complets marknadsföring vilseleder därmed kunderna om såväl Complets verksamhet och kännetecken som Lokaldelens verksamhet och kännetecken enligt 10 § MFL. Eftersom det enligt Marknadsdomstolens mening har funnits en uppenbar risk att mottagarna av Complets marknadsföringsmaterial har fattat ett affärsbeslut utifrån antagandet att materialet kommer från Lokaldelen har mottagarnas förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut påverkats. Den påtalade marknadsföringen är därmed otillbörlig i enlighet med 8 § MFL och ska förbjudas. Det saknas härvid skäl att pröva om marknadsföringen även på annat sätt strider mot MFL.

Marknadsdomstolen har därefter att ta ställning till huruvida det finns skäl att meddela ovanstående förbud gentemot D. A R i egenskap av före detta styrelsemedlem. Av utredningen i målet framgår att D. A R numera utträtt ur Complex styrelse men att han ingick i styrelsen som enda ordinarie ledamot vid tiden för den påtalade marknadsföringen. Vid sådana förhållanden får D. A R anses ha haft ett bestämmande inflytande över Complex verksamhet och tagit aktiv del i bolagets marknadsföring. Med hänsyn till dessa omständigheter finns det anledning att meddela D. A R ett förbud personligen.

#### *Vite*

Enligt 26 § MFL ska ett förbud förenas med vite, om det inte av särskilda skäl är obehövligt. Sådana särskilda skäl föreligger inte i målet. Vitesbeloppet bör bestämmas till 750 000 kr.

#### *Rättegångskostnader*

Vid angiven utgång är D. A R skyldig att ersätta Lokaldelen dess rättegångskostnader. Lokaldelen har yrkat ersättning med 45 462 kr, varav 44 287 kr avser ombudsarvode. Det yrkade beloppet får anses skäligt.

På Marknadsdomstolens vägnar



C H Fallenius

Ledamöter: Christer Fallenius, ordförande, Anna-Lena Järvstrand, Lars Borg, Jonas Häckner och Anders Stenlund. Enhälligt

Sekreterare: Anna Söderberg Ziesnitz