



MARKNADSDOMSTOLEN

DOM

2014:17

2014-12-23

Mål nr B 4/13

KÄRANDE

Konsumentombudsmannen (KO),
Box 48, 651 02 Karlstad
Processråden Ida Nyström och
Gunnar Wikström

SVARANDE

mySafety AB 556522-0612,
Box 27142, 102 52 Stockholm
Ombud: advokaten Linda Landén och
jur. kand. Karl Lindelöw,
Frank Advokatbyrå AB,
Box 7099, 103 87 Stockholm

SAKEN

Marknadsföring av spår- och spårtjänster

DOMSLUT

1. Marknadsdomstolen förbjuder mySafety AB vid vite om en miljon (1 000 000) kr att vid marknadsföring av spår- och spårtjänster gentemot konsumenter, på det sätt som skett enligt domsbilaga eller väsentligen samma sätt, efter en för konsumenterna kostnadsfri pröva-på-period, skicka erbjudanden som innehåller inbetalningskort avseende de marknadsförda tjänsterna.
2. Marknadsdomstolen lämnar Konsumentombudsmannens talan i övrigt utan bifall.
3. Konsumentombudsmannen ska ersätta mySafety AB för rättegångskostnad med etthundrafemtiotusenfyrahundranittiotre (150 493) kr, varav 150 000 kr avser ombudsarvode, jämte ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker.

BAKGRUND

- 1 mySafety AB (mySafety) är ett företag som marknadsför säkerhetstjänster (spår- och spårertjänster) till konsumenterna. Från och med januari 2012 och i tiden därefter har Konsumentombudsmannen (KO) tagit emot över 500 anmälningar mot mySafetys marknadsföringsåtgärder rörande sådant som utskick från bolaget kring de tjänster som mySafety tillhandahåller. Utskicken har omfattat brev och påminnelsebrev med marknadsföringsmaterial för bolagets tjänster riktade till privatpersoner, till vilka ett betalningskort bifogats.
- 2 Med anledning av anmälningarna mot bolaget inledde KO i december 2012 ett tillsynsärende mot mySafety. KO väckte talan mot mySafety vid Marknadsdomstolen i november 2013.

YRKANDEN M.M.

- 3 KO har yrkat att Marknadsdomstolen
 - i. vid vite förbjuder mySafety att vid marknadsföring på sätt som skett eller på liknande sätt ge konsumenten intryck av att han/hon redan har beställt den marknadsförda produkten, när så inte är fallet, genom att skicka ut fakturor samt påminnelse och inkassobrev vid utebliven betalning,
 - ii. vid vite ålägger mySafety att vid marknadsföring i lämplig form och i rimlig tid påminna konsumenten om att uppsägning ska ske och konsekvenserna av en utebliven uppsägning, när avtalets bindningstid är 12 månader eller längre tid och det i gällande avtalsvillkor föreskrivs att avtalet förlängs automatiskt om inte uppsägning sker.
- 4 mySafety har bestritt KO:s yrkanden.
- 5 Parterna har yrkat ersättning för sina rättegångskostnader.

GRUNDER

- 6 Parterna har till grund för sin talan åberopat följande.

KO

mySafetys användning av fakturor, påminnelsebrev och inkassobrev, (yrkande i)

- 7 mySafety har, i strid mot punkt 21 i Bilaga I till Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenter på den inre marknaden ("svarta listan"), till konsumenter skickat fakturor, påminnelser och inkassokrav vilket gett konsumenterna intryck av att de redan beställt produkterna, trots att så inte varit fallet. Förfarandet är enligt 8 § tredje stycket marknadsföringslagen (2008:486), MFL, att anse som otillbörligt.

Påminnelse om rätt till uppsägning vid automatisk avtalsförlängning (yrkande ii)

- 8 mySafety har i strid mot god marknadsföringssed enligt 5 § MFL underlåtit att inför så kallad automatisk avtalsförlängning i lämplig form och i rimlig tid dels påminna konsumenten om att uppsägning ska ske, dels informera om konsekvensen av utebliven uppsägning. Underlåtenheten är otillbörlig enligt 6 § MFL, då den i märkbar mån har påverkat eller sannolikt påverkat konsumenternas förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut. Underlåtenheten innebär även ett otillbörligt utelämnande av väsentlig information enligt 8 och 10 §§ MFL, då utelämnandet påverkat eller sannolikt påverkat konsumenternas förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

mySafety

mySafetys användning av fakturor, påminnelsebrev och inkassobrev, (yrkande i)

- 9 De i målet aktuella erbjudandeutskicken ger inte kunden ett befogat intryck av att han eller hon redan har beställt tjänsten eller produkten när så inte är fallet. mySafety har inte heller skickat ut fakturor samt påminnelser eller inkassobrev till personer trots att

betalningsskyldighet inte föreligger. mySafety har således inte tillämnat några vilseledande eller otillbörliga marknadsföringsmetoder.

Påminnelse om rätt till uppsägning vid automatisk avtalsförlängning (yrkande ii)

- 10 Att tillämpa automatisk förlängning av avtal med ytterligare en fast avtalsperiod är inte oskäligt om näringsidkaren i lämplig form och i rimlig tid påminner kunden om att avtalet måste sägas upp för att inte förlängas. mySafety har fullgjort denna skyldighet genom att skicka påminnelser till de kunder vars avtal avseende tjänsten SpärService Bas automatiskt förlängs.

UTVECKLING AV TALAN

- 11 Till utveckling av sin talan har parterna i huvudsak anfört följande.

KO

mySafetys användning av inkassobrev, fakturor och påminnelsebrev (yrkande i)

- 12 mySafety har skickat brev med faktura och i vissa fall betalningspåminnelse till konsumenter som ger intryck av att denne har beställt en produkt av bolaget och att betalningsskyldighet därmed föreligger. Det har emellertid inte funnits något gällande avtal om tjänsten mellan konsumenten och bolaget. I vissa fall har konsumenter även tillställts inkassokrav av mySafety.
- 13 Anmälningarna kan delas in i två kategorier men KO gör samma rättsliga bedömning av de två kategorierna. Den första kategorin av anmälningar berör fakturor till konsumenter som har varit anslutna till mySafetys tjänster via en kostnadsfri provperiod ("prova på-erbjudande"). Vad gäller en stor del av de konsumenter som har fått del av mySafetys prova på-erbjudande gör KO gällande att dessa inte är att anse som bolagets kunder i egentlig mening. Flera konsumenter har utan egen begäran fått nyckelbrickor hemskickade på mySafetys initiativ gratis för att prova på. Det har inte förelegat någon gemensam partsvilja för ett avtalsförhållande mellan mySafety och konsumenterna ifråga. Konsumenterna kan därför inte rättsligt betraktas som bolagets kunder. I slutet av provperioden har konsumenterna fått en faktura för att fortsatt

kunna utnyttja den aktuella tjänsten. På fakturan finns det angivet i den löpande texten, ovanför inbetalningskortet, att tjänsten upphör att vara aktiv vid utebliven betalning. Detta avsnitt har inte medfört något klargörande för konsumenterna i frågan om betalningsskyldighet har förelegat. Vid utebliven betalning har det även förekommit att konsumenterna tillställts en betalningspåminnelse.

- 14 Den andra kategorin utgörs av konsumenter som inte har haft någon prova på-period och som inte heller har ett befintligt avtal med bolaget. I denna grupp har många tidigare varit kunder hos bolaget men sagt upp avtalet. Trots tidigare uppsägning, vilken kan ha legat flera år tillbaka i tiden, har bolaget skickat ut en faktura för en tjänst utan att någon ny beställning har skett. Vid efterföljande kommunikation har bolaget i många fall hävdats att konsumenten endast har sagt upp en viss tjänst och inte en annan, medan konsumenterna har varit övertygade om att de har sagt upp samtliga tjänster. I denna kategori ingår även konsumenter som inte tidigare varit kunder hos bolaget. Konsumenter har i anmälningar uppgett att de aldrig har haft kontakt med mySafety tidigare, men att de nu har tillställts krav på betalning för en viss tjänst.
- 15 I vart fall till konsumenter som omfattas av den andra kategorin (punkt 13 ovan) har mySafety, i samband med utskick av faktura, informerat konsumenten om att en påminnelseavgift om 60 kronor tillkommer vid försenad eller utebliven betalning. I samband med att bolaget därefter har skickat ut påminnelsebrev till konsumenten har denne fakturerats 60 kronor avseende påminnelseavgift.
- 16 I första hand gör KO gällande att det inte har någon rättslig betydelse om mySafety har skickat fakturor ("erbjudanden") endast till bolagets nuvarande och tidigare kunder eller också till konsumenter som aldrig har varit bolagets kunder. Avgörande är istället att bolagets utskick av faktura och påminnelsebrev i marknadsföringen har gett (genomsnitts-)konsumenten intryck av att han/hon beställt den marknadsförda produkten och att betalningsskyldighet därmed har förelegat, när så inte varit fallet. Om Marknadsdomstolen anser att bolagets pågående eller tidigare kundrelation med konsumenten har någon betydelse för bedömning av saken, gör KO i andra hand gällande att bolaget har skickat fakturor ("erbjudanden") även till personer som inte är eller har varit kund hos bolaget, oavsett om det är en rutin hos bolaget eller inte att endast skicka "erbjudande" till befintliga eller före detta kunder. I det fall mottagarna

tidigare har varit kunder hos mySafety bör det noteras att fakturor inte endast har skickats i anslutning till ett pågående abonnemang, utan även långt efter det att ett avtalsförhållande mellan bolaget och en konsument har upphört.

- 17 Uppgifter på fakturan om belopp, förfalldatum och OCR-nummer och vilken avtalsperiod som avses ger mottagaren intryck att denne beställt någon av bolagets produkter och att konsumenten därför är betalningsskyldig. Den angivna texten på fakturan om att tjänsten upphör om betalning uteblir samt att det endast är fråga om ett erbjudande ändrar inte detta intryck, vilket därefter förstärks av bolagets övriga marknadsföringsmetoder, närmare bestämt att obetalda fakturor åtföljs av påminnelse- och, i vissa fall, inkassobrev.
- 18 Många anmälare har redogjort för att de har vänt sig till bolaget för att få svar på hur betalningsskyldighet har uppkommit eller för att försäkra sig om att de inte behöver betala fakturan. Det faktum att det i den löpande texten på fakturan anges att tjänsten upphör att vara aktiv vid utebliven betalning ändrar inte helhetsintrycket. Omständigheten att kostnaden för de aktuella tjänsterna uppgår till en förhållandevis liten summa, t.ex. ca 70 kronor för ett ettårsavtal, kan antas medföra att konsumenten inte läst fakturan lika noga som om fakturan avsett ett större belopp. Beloppets storlek kan också antas ha varit en bidragande orsak till att många konsumenter har valt att betala fakturan istället för att riskera att få en betalningsanmärkning eller liknande.
- 19 mySafety har anfört att bolaget inte använder sig av inkassobrev som marknadsföringsmetod. Även om det skulle vara så att inkassobrev skickats ut av misstag har det ingen rättslig betydelse. Det åligger bolaget att se till att de marknadsrättsliga reglerna följs. KO konstaterar att det vare sig krävs uppsåt eller oaktsamhet från bolagets sida för att Marknadsdomstolen ska kunna besluta om att förbjuda en viss marknadsföringsåtgärd.

Påminnelse om rätt till uppsägning vid automatisk avtalsförlängning (yrkande ii)

- 20 I avtalsvillkoren för bolagets tjänster föreskrivs att avtalet förlängs med samma tidsperiod som när avtalet tecknades, om kunden inte säger upp avtalet senast en månad före avtalstidens slut. Avseende tjänsten ”SpärrService” återfinns i avtalsvillkoren ett

åläggande för bolaget att senast tre månader innan avtalstidens slut skicka en skriftlig påminnelse till den berörda kunden om att avtalstiden förlängs om inte uppsägning inkommer till mySafety senast en månad innan avtalstidens slut.

- 21 I villkoren för några av bolagets övriga tjänster saknas det helt ett åläggande för mySafety att påminna kunden om att avtalstiden förlängs om inte uppsägning sker. Dessa avtal omfattas dock inte av förevarande talan.
- 22 KO bestrider mySafetys påstående att bolaget har upphört att tillämpa automatisk förlängning med en fast avtalsperiod gällande samtliga sina tjänster. mySafety har inte skickat ut påminnelser till alla sina kunder i rimlig tid om att avtalet måste sägas upp för att inte förlängas. Det stora antalet konsumenter som tydligt uppger att de inte har fått någon påminnelse talar emot mySafetys påstående att bolaget regelmässigt följt den påstådda rutinen.
- 23 KO har gett in 59 anmälningar med utsagor om att mySafety har brustit i sin skyldighet att skicka ut påminnelse om den automatiska avtalsförlängningen m.m. Konsumenter med en bindningstid om 12 månader eller mer har inte fått ett påminnelsebrev från bolaget om när uppsägning ska ske och att avtalet måste sägas upp för att avtalet inte ska förlängas automatiskt. Vad gäller 4 av anmälningarna har mySafety invänt att anmälarna inte är eller har varit mySafetys kunder. Invändningen vitsordas inte av KO. Beträffande 3 av anmälningarna har mySafety invänt att dessa berör kunder som inte har varit bundna av automatisk avtalsförlängning. Påståendet vitsordas inte av KO. Det kvarstår således 52 stycken anmälningar från år 2013 som mySafety i och för sig har bestritt innehållet i, men utan någon närmare angiven grund.
- 24 KO gör i första hand gällande att det genom det stora antalet anmälningar, trots bolagets bestridande, är utrett att bolaget har underlåtit att påminna/informera konsumenten om att uppsägning måste ske inom viss tid för att avtalet inte ska förlängas. I andra hand anser KO att det, mot bakgrund av det stora antalet anmälare som uppger att de inte fått någon påminnelse/information från mySafety och då bolaget som part torde ha lättast att visa att dessa påminnelser har skickats ut i tid, åligger mySafety att visa att det i samtliga fall har påmint/informerat på föreskrivet sätt. Om bolaget inte kan visa detta ska KO anses ha styrkt mySafetys brister i informationsskyldigheten.

- 25 Vid automatisk avtalsförlängning har det genom praxis skapats en norm som fastställer näringsidkarens informationsskyldighet. Denna norm utgör god marknadsföringssed. Vid så långa bindningstider som 12 till 36 månader finns det en uppenbar risk att konsumenten glömmer bort vilken löp- och sluttid avtalet med bolaget har. Särskilt måste så antas vara fallet angående sådana tjänster som nu är aktuella. I många fall torde det vara så att konsumenten inte behövt ta tjänsten i anspråk vid ett enda tillfälle under avtalsperioden. Mot denna bakgrund – och då en underlåten uppsägning leder till att en ny avtalsperiod inleds – är det av mycket stor betydelse för konsumenten att denne i rimlig tid får tydlig information om att avtalsperioden snart löper ut, inom vilken tid denne ska säga upp avtalet om en förlängning inte önskas samt att avtalet förlängs automatiskt om uppsägning inte sker.
- 26 Påminnelse/information till konsumenten om att uppsägning ska ske inom viss tid för att avtalet inte ska förlängas automatiskt utgör sådan väsentlig information som avses i 10 § tredje stycket MFL och som bolaget inte får utelämna i sin marknadsföring, här i efterköpssituationen gentemot konsumenten. Det åligger bolaget att påminna/informera konsumenten om att uppsägning ska ske inom viss tid och konsekvenserna av utebliven uppsägning.

mySafety

- 27 mySafety tillhandahåller två huvudsakliga tjänster, ID-skydd och SpärrService. Därtill erbjuder mySafety sina kunder en rad kompletterande mindre produkter.
- 28 Tjänsten SpärrService hjälper kunder som har blivit av med plånbok, värdehandlingar och mobiltelefon. Kunderna får hjälp att spärra samtliga värdehandlingar som bank- och id-kort, pass samt mobilabonnemang och den fysiska mobiltelefonen. Tjänsten erbjöds tidigare under namnet SpärrService Bas. Automatisk förlängning med en fast avtalsperiod har tillämpats vid teckning av SpärrService Bas där tidigare kunder har fått välja om de velat ha en bindningstid på 12 eller 36 månader. Innan avtalet har förlängts har kunden i god tid fått hem en påminnelse om att avtalet kommer att förlängas för det fall kunden inte säger upp avtalet senast en månad innan det löper ut.

- 29 Från och med maj 2012 har tjänsten SpärrService förändrats på så vis att tjänsten SpärrService Plus istället erbjuds till nya kunder. Tjänsten har samma grundinnehåll som SpärrService Bas med tillägg av vissa kompletterande tjänster. Tjänsten kostar 59 kronor per månad och har en initial bindningstid på 12–24 månader. Om tjänsten inte sägs upp förlängs den därefter tillsvidare månadsvis med tre månaders uppsägningstid. Samtliga SpärrService Bas-kunder kommer framöver istället få hem ett erbjudande om förlängning på 12–24 månader när avtalstiden löper ut. För det fall något nytt avtal inte tecknas avslutas tjänsten automatiskt. Det gäller även de kunder som tidigare haft en avtalstid om 36 månader.
- 30 I slutet av 2012 kontaktades mySafety av KO angående vissa avtalsvillkor som mySafety tidigare tillämpat i sina allmänna villkor. En dialog etablerades med KO och mySafety valde att självmant justera vissa av de villkor som kritiserats av KO.
- 31 De kompletterande säkerhetsprodukter och tjänster mySafety tillhandahåller för sina kunder såsom nyckelbricka för borttappade nycklar, husdjursbricka för att identifiera bortsprungna hundar och katter samt stöldskyddsmärkning för värdesaker har tidigare haft ett fast pris om 69 kronor per år. Numera uppgår det fasta priset till 99 kronor per år. Bindningstiden för dessa produkter uppgår till 12 månader. Avtalsvillkoren för de kompletterande produkterna har tidigare stipulerat automatisk förlängning med en fast avtalsperiod. mySafety har dock ändrat dessa villkor. Då avtalstiden upphör får kunden nu istället hem ett erbjudande om att förlänga tjänsten ytterligare ett år. Om kunden inte aktivt förlänger tjänsten så upphör den vid utgången av den initiala avtalsperioden.
- mySafetys användning av inkassobrev, fakturor och påminnelsebrev (yrkande i)*
- 32 mySafety vitsordar att en påminnelse om erbjudandet har skickats till berörda kunder samt att bolaget har skickat ut erbjudanden till tidigare kunder hos mySafety om att teckna sig för ett nytt avtal. Utskicken har tillämpats då en kostnadsfri provperiod närmar sig sitt slut, vid erbjudande till tidigare kunder om att återuppta tjänsten eller vid påminnelse om ett erbjudande om förlängning.

- 33 mySafety bestrider KO:s påstående att bolaget använder sig av inkassobrev som marknadsföringsmetod och att bolaget har skickat ut inkassobrev till personer trots att betalningsskyldighet inte föreligger. mySafety vitsordar dock att det på grund av systemfel vid ett tillfälle, i december 2012, har gått ut 326 stycken inkassobrev till personer anslutna till tjänsten ID-skydd, vilka inte skulle få något sådant krav emot sig. Detta skedde då av misstag och mySafety har kontaktat samtliga berörda kunder, förklarat den uppkomna situationen och bett om ursäkt för det inträffade. Detta ska sättas i relation till de ca 165 000 ID-skyddskunder bolaget hade vid denna tidpunkt.
- 34 mySafety bestrider KO:s påstående att det snarast skulle vara otillbörligt i sig att i det erbjudande bolaget skickar ut medskicka en betalningsavi eller att skicka ut ett erbjudande innehållande betalningsuppgifter. mySafety bestrider vidare att något av utskicken skulle ge kunden ett befogat intryck av att han eller hon redan har beställt tjänsterna som brevet gäller. Rubriken i erbjudandebrevet till prova på-kunderna är ”Erbjudande om förlängning!”. Redan av detta framgår att det är ett erbjudande och inte en beställd tjänst. Med fet och kursiverad text framgår också senare i brevet att ”[v]id utebliven betalning upphör tjänsten att vara aktiv. Du behöver inte kontakta oss eller återsända något.” Även texten som helhet förklarar på ett tydligt sätt att kunden ges möjlighet att förnya tjänsten. Ingenstans ges intryck av att kunden kommer att krävas på betalning för det fall kunden inte agerar eller att kunden skulle vara bunden av tjänsten (tvärtom anges det att kunden inte är bunden). För att underlätta för den kund som vill fortsätta att tillämpa tjänsten skickar mySafety även med en betalningsavi men detta innebär inte att kundens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut påverkas i märkbar mån eller att utskicket ger konsumenten intryck av att de skulle ha beställt tjänsten. Frågan om användning av betalningsavi i marknadsföring har inte omfattats av den tidigare korrespondensen mellan bolaget och KO. Gällande påminnelsen om erbjudande om förlängning som skickas ut är även den på samma sätt tydlig på så vis att det rör sig om ett erbjudande om förlängning och att tjänsten upphör om kunden inte betalar. Detsamma gäller erbjudandet till tidigare kunder om att återuppta tjänsten.
- 35 Ovan beskriven rutin med utskick av erbjudanden och påminnelser är gängse på marknaden för abonnemangs- och prenumerationstjänster och något som konsumenter är vana vid.

- 36 Beträffande ”den andra kategorin” av personer som omnämns av KO bestrider mySafety att det finns en rutin som innebär att bolaget skickar ut erbjudanden till personer som inte är, eller har varit, kunder hos bolaget. De personer som fått hem det aktuella erbjudandet om förlängning av tjänsten är kunder till bolaget vilka har erbjudits, och accepterat, en gratis prova på-period av tjänsten. Prova på-abonnemang skickas enbart där det föreligger en befintlig kundrelation till mySafety eller någon av mySafetys partners. Vid inledningen av prova på-perioden informeras konsumenten om att det vid prova på-periodens slut ges möjlighet att köpa ett abonnemang. Kunden kan redan vid den tidpunkten avsäga sig en prova på-period samt efterföljande erbjudande.
- 37 KO:s påstående att mySafetys prova på-kunder inte är kunder hos bolaget bestrids. Dessa personer har frivilligt anslutit sig till mySafetys tjänster och mySafety har haft en avtalsrelation med dessa personer. Detta gäller även om de inte har erlagt betalning under prova på-perioden. Avseende tidigare kunder skickar mySafety ut ett erbjudande om förnyelse av tjänsten till dessa inom ett år efter att deras tjänst hos bolaget har avslutats. Det skickas inte ut någon påminnelse på ett sådant erbjudande om förnyelse.
- 38 Benämningen fakturaskojeri, som omfattas av punkt 21 i svarta listan, är inte alls tillämpbar på de erbjudanden mySafety har skickat ut till sina kunder och tidigare kunder. Det faktum att mySafety har, eller har haft, en kundrelation med de personer som fått erbjudandet om förlängning/nyteckning av avtal talar för att marknadsföringen inte ska anses otillbörlig. Den praxis som finns från Marknadsdomstolen gällande ”fakturaskojeri” är inte jämförbar med mySafetys aktuella marknadsföring. Det aktuella marknadsföringsmaterialet som skickats ut av mySafety kan inte jämföras med det som varit aktuellt i Marknadsdomstolens praxis; dels eftersom mySafety vänder sig till kunder som aktivt valt att prova mySafetys tjänster, dels eftersom mySafety tydligt anger i rubriken, i texten och i fet stil sist i brevet att det rör sig om ett erbjudande och att kunden inte behöver agera för att undvika bundenhet.

Påminnelse om rätt till uppsägning vid automatisk avtalsförlängning (yrkande ii)

- 39 Den tjänst KO avser i sitt andra yrkande är SpärrService Bas. mySafety erbjuder inte längre tjänsten ”SpärrService Bas” till nya kunder utan marknadsför istället tjänsten ”Spärrservice Plus”. Automatisk avtalsförlängning med en fast avtalsperiod tillämpas inte längre av mySafety för någon av bolagets tjänster. För det fall tjänsten Spärr-Service Plus inte sägs upp förlängs den tillsvidare med tre månaders uppsägningstid.
- 40 Att tillämpa automatisk förlängning av avtal med ytterligare en avtalsperiod är inte oskäligt om näringsidkaren i lämplig form och i rimlig tid påminner kunden om att avtalet måste sägas upp för att inte förlängas. Sedan 2003 tillämpar mySafety ett förfarande med påminnelse vid avtal med så kallad automatisk förlängning med ytterligare en avtalsperiod. En sådan påminnelserutin har också tillämpats av mySafety med påminnelsebrev som skickats ut till bolagets kunder.
- 41 mySafety bestrider KO:s påstående att bolaget inte regelmässigt tillämpar en rutin med påminnelse före automatisk förlängning av tjänsten SpärrService Bas eller att bolaget inte regelmässigt följt sina påminnelserutiner. Bolaget har tvärtom investerat stora resurser och kapital i en noggrann och automatiserad rutin för hanteringen av påminnelsebrev samt uppföljning av rutinen för att säkerställa att påminnelsebreven når kunderna.
- 42 Så som framgår av de allmänna villkoren för SpärrService Bas åligger det mySafety att påminna sina kunder senast tre månader innan avtalsperioden löper ut om att uppsägning ska ske för att avtalet inte ska förlängas automatiskt. För detta ändamål anlitar mySafety en extern tredje part, StroedeRalton AB (StroedeRalton) som sedan februari 2010 har hand om utskicken av påminnelsebrev till bolagets kunder. För att säkerställa att påminnelserna skickas ut till berörda kunder tillämpas en fastställd rutin. Varje onsdag görs en automatisk sökning i mySafetys kunddatabas för att identifiera de kunder vars avtal löper ut om tre månader. Påminnelsebreven för dessa kunder exporteras via fil till StroedeRalton som skriver ut breven och skickar dem till berörda kunder för att därefter skicka en kvittens till mySafety. För att säkerställa att kundernas adressuppgifter är uppdaterade stäms även varje fil av mot folkbokföringsregistret innan brevet skickas ut.

- 43 I mySafetys kunddatabas lagras information om vilka dokument som har skickats till respektive kund samt det datum då dokumenten skickats. Vid en uppföljning av rutinen kring utskick av påminnelsebrev har mySafety, tillsammans med StroedeRalton, kunnat konstatera att samtliga påminnelsebrev som skulle skickas ut till kunder under 2012 och 2013 har överlämnats till posten. mySafety har gjort en sammanställning av samtliga påminnelser från den 1 januari 2012 till den 31 augusti 2013 (då mySafety tog bort de aktuella avtalsvillkoren). Av sammanställningen framgår att mySafety har skickat datafiler till StroedeRalton för utskrift och att StroedeRalton därefter har skrivit ut och skickat påminnelsebrev till mySafetys kunder. Något som ytterligare påvisar att mySafety har en väl fungerande rutin för påminnelser är det faktum att drygt 16 % av de kunder som har fått påminnelser har sagt upp sina avtal i direkt anslutning till att de erhållit en påminnelse.
- 44 Innehållet i samtliga de 59 anmälningar KO gett in till Marknadsdomstolen avseende påminnelse om den automatiska avtalsförlängningen bestrids. Påminnelser har gått ut till de kunder för vilka automatisk avtalsförlängning tillämpats. Beträffande 3 av de ingivna anmälningarna vitsordas att mySafety inte skickat ut någon påminnelse. Dessa anmälare var dock inte bundna av automatisk avtalsförlängning och anmälningarna saknar därför relevans. Beträffande 4 av de ingivna anmälningarna kan inte mySafety finna anmälarna i bolagets kundregister och kan således inte ens vitsorda att anmälarna är eller har varit kunder till bolaget.
- 45 mySafety har även upprättat en särskild sammanställning som avser de kunder som lämnat in anmälningar till KO och som KO givit in (till styrkande av KO:s påstående att mySafety har underlåtit att påminna kunder i lämplig form och i rimlig tid om att uppsägning ska ske samt konsekvenserna av utebliven uppsägning). Sammanställningen omfattar dock inte anmälningar som, såvitt mySafety kunnat bekräfta, gjorts av konsumenter som inte är kunder till mySafety eller som inte var bundna av automatisk avtalsförlängning. Nämda sammanställning visar att mySafety har exporterat datafiler (påminnelsebrev) till StroedeRalton avseende samtliga relevanta kunder. StroedeRalton har därefter, i enlighet med ovan redovisade rutiner och i god tid före avtalad uppsägningsdag, skrivit ut och skickat påminnelsebrev till respektive kund.

- 46 mySafety anser att det är KO som har bevisbördan för de påståenden som görs av KO. Skulle Marknadsdomstolen finna att det är mySafety som ska visa att påminnelser har skickats ut, anser mySafety att man fullgjort denna bevisbörda genom att styrka den noggranna rutin bolaget tillämpar avseende påminnelser.

BEVISNING

- 47 På KO:s begäran har förhör hållits med vittnena P. M., H. J., M. B. och I-L. H. På mySafetys begäran har förhör hållits med bolagets ställföreträdare P. A. P. och med vittnena L. M. och M. W.
- 48 Båda parter har åberopat skriftlig bevisning.

DOMSKÄL

- 49 Målet rör marknadsföring av spår- och spärrtjänster som bolaget mySafety tillhandahåller till konsumenter. Den marknadsföring som är föremål för Marknadsdomstolens bedömning är säljmetoder kopplade till mySafetys tjänster "ID-skydd" och "SpärrService" samt kompletterande tjänster i form av bl.a. tjänsten "Nyckelbricka" för borttappade nycklar. Tjänsten "SpärrService" tillhandahölls till och med maj 2012 av mySafety under beteckningen "SpärrService Bas" och har därefter tillhandahållits nya kunder under beteckningen "SpärrService Plus".

Utgångspunkter för Marknadsdomstolens prövning

- 50 Enligt 5 § marknadsföringslagen (2008:486), MFL, ska marknadsföring stämma överens med god marknadsföringssed. Med god marknadsföringssed avses enligt 3 § MFL god affärssed eller andra vedertagna normer som syftar till att skydda konsumenter och näringsidkare vid marknadsföring av produkter. Enligt 6 § MFL är marknadsföring som strider mot god marknadsföringssed enligt 5 § MFL att anse som otillbörlig, om den i märkbar mån påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

- 51 Av 10 § tredje stycket MFL följer att en näringsidkare inte får utelämna väsentlig information i marknadsföringen av sin egen näringsverksamhet eller annans näringsverksamhet. Med vilseledande utelämnande avses även sådana fall när den väsentliga informationen ges på ett oklart, tvetydigt eller annat olämpligt sätt. Enligt 8 § MFL är marknadsföring som är vilseledande enligt bl.a. 10 § MFL att anse som otillbörlig om den påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.
- 52 Bilaga I till Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenter på den inre marknaden, den s.k. svarta listan, gäller enligt 4 § MFL som svensk lag och innehåller en uppräkningslista av vilseledande affärsmetoder vilka enligt 8 § andra stycket MFL alltid är att anse som otillbörliga. Enligt punkt 21 i svarta listan är det vilseledande att ”i marknadsföringsmaterialet inkludera en faktura eller liknande betalningshandling som ger konsumenten intryck av att han eller hon redan har beställt den marknadsförda produkten när så inte är fallet”, dvs. utskick av s.k. bluffakturor.
- 53 Punkt 21 i svarta listan motsvarar i allt väsentlig bestämmelsen om s.k. fakturaskojeri i 12 § i 1995 års marknadsföringslag, ÄMFL, (se prop. 2007/08:115 s. 103 f.). Enligt denna bestämmelse fick en näringsidkare vid sin marknadsföring inte tillstålla någon fakturor, inbetalningsavier eller liknande meddelanden avseende produkter som inte uttryckligen hade beställts och därvid vilseleda mottagaren om dennes betalningsskyldighet. Bestämmelsen i punkt 21 tar med andra ord framförallt sikte på att konsumenter eller näringsidkare tillställs fakturor, inbetalningskort eller liknande meddelanden avseende produkter som inte uttryckligen beställts.
- 54 Avgörande för hur en marknadsföringsåtgärd ska bedömas är enligt fast praxis hur framställningen uppfattas av en genomsnittlig mottagare i den målgrupp som marknadsföringen riktar sig till. En utgångspunkt enligt EU-direktivet om otillbörliga affärsmetoder, som de i målet aktuella bestämmelserna bygger på, kan sägas vara att marknadsföring riktar sig till en genomsnittskonsument som är normalt informerad samt skäligen uppmärksam och upplyst, med beaktande av sociala, kulturella och språkliga faktorer (se skäl 18 i direktivet). Vid denna bedömning gäller att reklam i allmänhet läses flyktigt och att mottagaren i första hand påverkas av helhetsintrycket.

(Angående frågan om målgrupp och frågan om hur marknadsföring uppfattas, se skäl 18 och 19 i EU-direktivet om otillbörliga affärsmetoder och MD 2008:15.)

Marknadsföringens målgrupp

- 55 Det har inte framkommit annat än att marknadsföringen av mySafetys tjänster har varit riktad till konsumentkollektivet i stort och inte varit begränsad till någon särskild konsumentkategori. Bedömningen av mySafetys marknadsföring och säljmetoder ska alltså ske med utgångspunkt i hur marknadsföringen är ägnad att uppfattas av en normalt informerad samt skäligen uppmärksam genomsnittskonsument.

mySafetys utskick av fakturor m.m. (yrkande i)

- 56 KO har till grund för sin talan i denna del åberopat att mySafety till konsumenter skickat fakturor, påminnelser och inkassokrav avseende olika tjänster samt att detta givit konsumenterna intryck av att de beställt tjänsterna trots att så inte varit fallet. KO:s talan inbegriper dels utskick av fakturor och påminnelser om fakturor i egentlig mening samt inkassokrav, dels erbjudanden om ”förlängning” av tjänster mot betalning som konsumenter haft under bl.a. en prova-på-period som varit gratis och påminnelser om sådana erbjudanden om förlängning.
- 57 I denna del prövar Marknadsdomstolen först vad KO anfört om mySafetys utskick av fakturor, påminnelser om fakturor och inkassokrav samt därefter vad KO anfört om utskick av erbjudanden och påminnelser om erbjudanden varit ägnade att uppfattas som fakturor och påminnelsefakturor.

Utskick av fakturor, påminnelser om fakturor och inkassokrav

- 58 KO har i denna del alltså gjort gällande att mySafety har skickat fakturor och påminnelser om fakturor samt inkassokrav till konsumenter, trots att konsumenterna inte beställt någon av bolagets tjänster och därmed inte haft någon avtalsrelation med mySafety. KO har därvid gjort gällande att mySafety skickat handlingar av detta slag dels i fall där det aldrig funnits något avtal mellan parterna, dels i fall där en konsument utnyttjat ett prova-på-erbjudande och dels i fall där det funnits ett avtal som

upphört eftersom det inte förlängts samt att MySafety härigenom gett konsumenterna ett oriktigt intryck av att de beställt någon av bolagets tjänster.

- 59 mySafety har vitsordat att bolaget vid ett tillfälle i december 2012 av misstag låtit skicka ut 326 inkassokrav till konsumenter som tidigare varit kunder hos bolaget avseende tjänsten ”ID-skydd”, men som inte längre varit bundna av något avtal med bolaget och inte heller haft någon skuld till bolaget. mySafety har dock bestritt att bolaget i övrigt skickat fakturor, påminnelser om fakturor eller inkassokrav till konsumenter utan att de varit bundna av ett avtal med bolaget.
- 60 Härutöver har mySafety vidgått att bolaget skickat fakturor och påminnelser om fakturor till konsumenter som varit bundna av ett avtal som i enlighet med avtalsvillkoren i varje aktuellt fall förlängts till följd av att det inte sagts upp. mySafety har därvid anfört bl.a. att bolaget – innan fakturor och påminnelser om fakturor skickats ut till berörda kunder – låtit skicka påminnelser till dessa kunder med upplysning om att avtalet skulle komma att förlängas om inte uppsägning skedde inom viss tid.
- 61 Det är följaktligen ostridigt att mySafety i december 2012 låtit skicka inkassokrav till konsumenter som tidigare varit bundna av ett avtal men där avtalet upphört och där konsumenterna inte haft någon betalningsskyldighet mot bolaget. Att mySafety skickat inkassokrav vid detta tillfälle bekräftas av den utredning som KO åberopat. Det är således utrett att mySafety i december 2012 låtit skicka inkassokrav till konsumenter som varit kunder hos bolaget men som inte längre varit det när inkassokraven skickats och som inte häftat i skuld till bolaget.
- 62 Det är givetvis inte godtagbart att tillstålla konsumenter inkassokrav på det sätt som mySafety gjort genom det nu aktuella utskicket. Mycket höga krav måste därför ställas på bl.a. de rutiner och automatiserade system används vid fakturahantering och inkasso. Misstag som beror på brister i sådana rutiner eller system kan därför inte anses ursäktliga. Av utredningen framgår dock att det utskick av inkassokrav som mySafety lät göra i föreliggande fall var ett isolerat misstag till följd av ett fel i ett normalt väl fungerande system. Vid dessa förhållanden bör utskicket av inkassokraven inte föranleda något förbud.

- 63 Utredningen ger vid handen att konsumenter som varit kunder hos mySafety även vid andra tillfällen tillställts fakturor, påminnelser om fakturor och inkassokrav, utan att de ansett sig ha varit bundna av något avtal med bolaget. I-L. H., H. J., M. B. och P. M. – som var och en haft avtal med mySafety som innehållit villkor om automatisk förlängning – har sålunda omvittnat att de tillställts bl.a. fakturor utan att de fått del av någon påminnelse om att avtalet i fråga måste sägas upp senast viss dag för att inte förlängas och att de först efter att ha tagit emot fakturor m.m. blivit införstådda med att en förlängning av deras avtal enligt bolagets mening skulle ha kommit till stånd.
- 64 I-L. H. har för sin del berättat att hon tidigare varit kund hos mySafety och att hon 2010 ingick ett treårigt avtal med bolaget avseende en spärrtjänst som inkluderat ”Nyckelbricka”, som enligt villkoren skulle förlängas med ytterligare tre år om det inte sades upp inom viss tid före avtalstidens utgång. Vidare har I-L. H. berättat att hon – utan att hon hade fått del av någon påminnelse om att avtalet måste sägas upp för att inte förlängas – under våren 2014 tillställts såväl en faktura, en påminnelse om faktura som ett inkassokrav avseende den aktuella tjänsten för ytterligare en treårsperiod.
- 65 mySafety har invänt att bolaget tillämpat en rutin med påminnelse till de konsumenter som varit bundna av avtal som måste sägas upp för att inte förlängas. mySafety har därvid anfört att bolaget sedan februari 2010 anlitar ett externt bolag, StroedeRalton AB (StroedeRalton) för att ombesörja utskick av bl.a. påminnelsebrev av olika slag till bolagets kunder. Vidare har mySafety anfört bl.a. att kundernas adressuppgifter stäms av mot folkbokföringsregistret innan breven lämnas till någon av de postoperatörer som bolaget har avtal med för vidare befordran till konsumenterna samt att mySafety får en ”kvittens” på de påminnelser som överlämnats till respektive postoperatör för vidare befordran till kunderna.
- 66 M. W., Key Account Manager hos StroedeRalton, har bekräftat att StroedeRalton har ansvarat för utskick av bl.a. påminnelser på uppdrag av mySafety sedan februari 2010. Vidare har M. W. uppgivit att det regelbundet görs kontroller för att säkerställa att lika många filer som skickas från mySafety också ”printas”, kuverteras och därefter lämnas in till postoperatörer som har avtal med

mySafety. M. W. har också uppgivit bl.a. att den efterföljande leveranssäkerheten från de olika postoperatörerna till mySafetys kunder är hög.

67 mySafety har genom den sålunda förebragda utredningen visat att bolaget – till de konsumenter som varit bundna av sådana avtal som innehöll villkor om automatisk förlängning – i lämplig form och i rimlig tid skickat påminnelser om att avtalen skulle komma att förlängas om de inte sades upp inom viss tid (jfr MD 2005:34). Vid dessa förhållanden får mySafety, vid en bedömning enligt MFL, anses ha haft fog för att utgå ifrån att de aktuella avtalen i enlighet med deras lydelse förlängts och att en betalningsskyldighet därför åvilat konsumenterna – förutsatt att det inte förekommit något som medfört att avtalet upphört att gälla. mySafety får därmed haft fog att kräva betalning genom att skicka fakturor och i förekommande fall påminnelser om fakturor och inkassokrav till dessa konsumenter.

68 En annan sak är att det inte är tillräckligt att en påminnelse skickas till en konsument för att en civilrättsligt giltig förlängning av ett avtal av det aktuella slaget ska komma till stånd. En förutsättning för att avtalet ska förlängas torde sålunda vara att konsumenten i rimlig tid tagit del av en påminnelse i lämplig form om att uppsägning ska ske för att avtalet inte ska förlängas (jfr NJA 2012 s. 776). Till detta kan läggas att den som gör gällande att en förlängning kommit till stånd också har bevisbördan för att adressaten tagit del av en sådan påminnelse.

69 På grund av det anförda kan KO:s yrkande inte vinna bifall i denna del.

Utskick av erbjudanden om förlängning och påminnelser om erbjudanden om förlängning

70 I målet är ostridigt att mySafety har låtit skicka erbjudanden och påminnelser om erbjudanden till konsumenter. mySafety har vitsordat att bolaget skickat erbjudanden om förlängning till konsumenter som valt att acceptera ett kostnadsfritt prova-på-erbjudande om sex månader för tjänsten Nyckelbricka. Vidare har mySafety vitsordat att bolaget skickat påminnelser om erbjudanden till konsumenter som inte redan accepterat erbjudandet om förlängning av den aktuella tjänsten.

71 mySafety har emellertid invänt att dessa erbjudanden inte givit konsumenterna intryck av att de beställt någon av bolagets tjänster. mySafety har därvid anförat att

bolagets erbjudanden föregåtts av ett välkomstbrev när prova-på-perioden inleddes med information om möjligheten att förlänga skyddet efter sex månader samt att påminnelser om erbjudanden om förlängning skickats ut till konsumenterna 14 dagar efter det att erbjudandet om förlängning skickats.

- 72 KO har i målet gett in en kopia av ett erbjudande om förlängning av tjänsten ”Nyckelbricka” med den utformning som framgår av domsbilagan. mySafety har vitsordat att bolaget använt sig av erbjudanden av detta slag, vars nedre tredjedel utgörs av ett inbetalningskort. Erbjudandet är närmast utformat som ett kundbrev och adresserat till konsumenten personligen. Brevet innehåller längst upp till vänster bl.a. uppgifter om förfalldatum och referens-/OCR-nummer samt om den summa som ska betalas (”69,00”). Under dessa uppgifter finns bl.a. en rubrik i större typsnitt med lydelsen ”Erbjudande om förlängning!”. Ovanför inbetalningskortet anges med något mindre typsnitt i fet, kursiverad stil följande text: ”Vid utebliven betalning upphör tjänsten att vara aktiv. Du behöver inte kontakta oss eller återsända något. Dock skickas en påminnelse ut för att du som önskar förlänga inte ska glömma bort det.” – Erbjudandet innehåller även viss information om den erbjudna tjänsten samt om tjänsten ”Låsbytesförsäkring” som mySafety tillhandahåller.
- 73 Marknadsdomstolen har i ett tidigare avgörande konstaterat att det är vedertaget att utbudna varor och tjänster beställs genom meddelanden på inbetalningskort som används vid betalning (se MD 1996:14). I det nyssnämnda avgörandet har domstolen dock framhållit att inbetalningskort som tillställs konsumenter normalt avser en redan levererad produkt. Vidare har domstolen anfört bl.a. att det därför kan antas att konsumenten vid mottagandet av inbetalningskortet utgår från detta förhållande samt att en del konsumenter rutinmässigt använder inbetalningskortet utan att närmare ta del av informationen som finns på kortet eller i ett medföljande marknadsföringsmaterial.
- 74 Marknadsdomstolens nyssnämnda avgörande avsåg en annan situation än den i föreliggande mål; i avgörandet var fråga om ett förfarande som kännetecknades av att konsumenten genom att använda ett visst inbetalningskort vid betalning för en fortsatt prenumeration av en tidskrift utgiven av ett företag ingick avtal om ett tillsvidareabonnemang av ett lexikon med ett annat företag. Vad domstolen i avgörandet anfört

om hur konsumenter uppfattar mottagandet av inbetalningskort äger dock alltså giltighet, vilket innebär att mycket stora krav måste ställas på tydlighet vid utformningen av ett marknadsföringsmaterial som innefattar ett inbetalningskort som avser en ännu inte beställd vara eller tjänst.

- 75 Genom sin brevform distanserar sig det av KO i föreliggande mål åberopade erbjudandet från det sätt på vilket fakturor normalt är utformade. Inte heller används ordet faktura eller liknande ord i vare sig rubriker eller löpande text. I den inledande rubriken anges i stället att det är fråga om ett erbjudande. Det framgår också att tjänsten ”upphör” om betalning inte erläggs inom viss tid samt att konsumenten inte behöver vidta någon åtgärd om konsumenten inte vill acceptera erbjudandet. Vidare bör beaktas att tillhandahållandet av ett inbetalningskort kan förenkla för de konsumenter som vill acceptera ett erbjudande av detta slag.
- 76 Erbjudandets grafiska utformning ger dock ett närmast formellt helhetsintryck, som inte kan anses vara typiskt för ett reklamerbjudande. Förekomsten av ett inbetalningskort är också i enlighet med vad som ovan anförts (se punkt 73) ägnat att ge intryck av att brevet avser en redan beställd produkt. Till detta kommer att de inledande uppgifterna om förfalldatum, referens-/OCR-nummer och den summa som ska betalas förstärker detta intryck. Användningen av ordet ”förfalldatum” – i stället för ett i sammanhanget naturligt uttryck som t.ex. ”giltighetstid” eller ”erbjudandet gäller till” – är dessutom ägnad att leda till uppfattningen att brevet rör ett anspråk på betalning.
- 77 Även om de konsumenter som tillställts detta erbjudande haft en relation till mySafety och haft kännedom om den aktuella typen av tjänst, visar utredningen att flera konsumenter haft svårt att skilja mellan de olika tjänster som mySafety tillhandahållit och att uppfatta innehållet i bolagets erbjudande. Vad mySafety uppgivit om att påminnelsebrevet har föregåtts av ett informations- eller välkomstbrev då pröva-på-perioden inletts, föranleder inte någon annan bedömning i detta hänseende.
- 78 Vid dessa förhållanden kan utformningen av erbjudandet av tjänsten ”Nyckelbricka”, som mySafety vitsordat att bolaget använt i sin marknadsföring, inte anses uppfylla de mycket höga krav på tydlighet som måste ställas på marknadsföringsmaterial som

innefattar ett inbetalningskort. Marknadsföringen har därmed varit vilseledande enligt 10 § tredje stycket MFL. Den har också påverkat konsumenternas förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut och därmed varit otillbörlig enligt 8 § MFL. mySafety ska därför förbjudas att, på sätt som skett enligt domsbilagan, marknadsföra spår- och spärrtjänster till konsumenter som har haft en kostnadsfri prova på-period avseende tjänster av detta slag.

Påminnelse om rätt till uppsägning vid automatisk avtalsförlängning (yrkande ii)

- 79 KO har i denna del gjort gällande att mySafety underlåtit att påminna konsumenter med vilka bolaget träffat avtal innehållande villkor angående automatisk förlängning – i praktiken avseende tjänsten ”SpärrService” – om att avtalet måste sägas upp inom viss tid för att inte förlängas. mySafety har bestritt att bolaget underlåtit att skicka påminnelser till konsumenter som varit bundna vid avtal av detta slag samt anfört att bolaget tillämpat en rutin för hantering av påminnelsebrev som bl.a. innefattat en uppföljning för att säkerställa att påminnelsebreven nått konsumenterna.
- 80 En näringsidkares underlåtenhet att påminna en konsument om att ett avtal innehållande villkor om automatisk förlängning måste sägas upp för att inte förlängas kan i och för sig utgöra ett sådant utelämnande av väsentlig information som anges i 10 § tredje stycket MFL (jfr ovan punkt 51). Av utredningen framgår dock att bolaget – till de konsumenter som varit bundna av ett avtal som innehållit villkor om automatisk förlängning – i lämplig form och i rimlig tid skickat påminnelser om att avtalen skulle komma att förlängas om det inte sades upp inom den aktuella tiden (se ovan punkt 65–67). Vid denna bedömning ska KO:s talan avseende yrkande ii lämnas utan bifall.

Vite

- 81 Enligt 26 § MFL ska ett förbud förenas med vite, om det inte av särskilda skäl är obehövligt. Sådana särskilda skäl föreligger inte i målet. Det föreligger inte heller skäl att frångå rådande praxis beträffande vitesbeloppets storlek.

Rättegångskostnader

- 82 KO har vunnit framgång med sin talan i vad den avser mySafetys utskick av erbjudanden och påminnelser om erbjudanden, medan mySafety vunnit i fråga om utskick av fakturor m.m. och utskick av påminnelser om uppsägning. Marknadsdomstolen bedömer att den del som KO vunnit svarar mot en tredjedel av målet och den del mySafety vunnit svarar mot två tredjedelar. KO ska därför ersätta mySafety en tredjedel av den kostnad som varit skäligen påkallad för tillvaratagande av bolagets rätt.
- 83 mySafety har yrkat ersättning med 538 618 kr (exklusive moms) för ombudsarvode samt 493 kr för utlägg. KO har vitsordat ett belopp om 300 000 kr avseende ombudsarvode. Med hänsyn till målets art och omfattning anser Marknadsdomstolen att ett belopp om 450 000 kr för ombudsarvode jämte utlägg i och för sig får anses ha varit skäligt för tillvaratagande av mySafetys rätt. KO ska därför ersätta mySafety med $(450\,000 \div 3 + 493 =) 150\,493$ kr.

På Marknadsdomstolens vägnar

Per Carlson

Ledamöter: Per Carlson, ordförande, Astri Muren, Magnus Ulriksson, Lars Hallén (skiljaktig) och Matilda Orth

Sekreterare: David Ramsjö

Lars Hallén är skiljaktig och anför följande.

Jag anmäler härmed avvikande mening angående KO:s talan vars yrkande i) enligt min bedömning ska lämnas utan bifall i dess helhet.

Avgörande är om det utsända marknadsföringsmaterialet ger ett sådant helhetsintryck att det inte uppfattas som ett erbjudande utan antingen som anspråk på betalning av ett pågående abonnemang som kunden inte har rätt att omedelbart avbryta eller krav på betalning för redan levererade tjänster med vidhängande hot om inkassokrav. Sammantaget kan det inte anses vara fallet. Utformningen kan varken anses ha varit ägnad att av genomsnittskonsumenten uppfattas som en faktura, en påminnelse om förfallen betalning av en redan levererad tjänst eller som ett inkassokrav. Ordet ”erbjudande” dominerar brevet, och med fetstil anges att tjänsten upphör att vara aktiv vid utebliven betalning och att kunden varken behöver kontakta företaget eller återsända något för att avsluta abonnemanget. Det framgår tydligt att avslutande av abonnemanget verkställs genom att kunden inte betalar förnyelseavin.

Utformningen av utskicket med tillhörande inbetalningskort får anses vara standard vid t.ex. förlängningserbjudanden vid prenumerationer. De formella betalningsuppgifter som anges i själva kundbrevet, t.ex. datum, förfalldatum, referens-/OCR-nummer och belopp att betala, kan ses som ett slags kundservice varigenom kunden kan behålla uppgifter om betalningen efter det att inbetalningskortet avskilts. Möjligen kan termen förfalldatum stället för t.ex. ”erbjudandets giltighetstid” eller ”senaste betalningsdag” ge ett annat intryck, men det förändrar inte helhetsintrycket av ett erbjudande som kunden kan anta eller avstå från enligt sitt eget val. Att enskilda konsumenter i anmälningar till KO uppgett att de vilseletts om sin betalningsskyldighet beträffande pröva-på-erbjudandet förändrar inte heller bedömningen, då dessa anmälningar antingen förefaller ha avsett andra tjänster eller i övrigt saknat tillräcklig konkretion.

Marknadsföringen är således inte att anse som bluffakturering enligt p. 21 i Svarta listan. Att betalningsavier inkluderats i marknadsföringsmaterialet kan inte anses innebära att marknadsföringen varit vilseledande, att den negativt påverkat konsumenternas förmåga att

fatta ett välgrundat affärsbeslut, att den i övrigt är att anse som otillbörlig eller att marknadsföringen i övrigt vilselett den genomsnittlige mottagaren om dennes betalningsskyldighet (5, 8 och 10 §§ MFL).