

**Domsnummer:** 2006-6

**Avgörandedatum:** 2006-03-21

**Rubrik:** Ett bolag har vid marknadsföring av kreditköp av premieobligationer skickat personadresserad direktreklam till enskilda hushåll. Premieobligationerna har sålts tillsammans med vissa andra tjänster och produkter. Marknadsföringsmaterialet har befunnits vara svåröverskådligt och otydligt varför en konsument inte kunnat värdera erbjudandet och jämföra kostnaden mellan att köpa obligationer på en kredit och att köpa dem kontant. Erbjudandet har ansetts vilseledande i fråga om förmånligheten av det genom att bolaget angivit en för låg kreditkostnad och en för låg effektiv ränta.

**Lagrum:** 4 §, 14 § och 19 § marknadsföringslagen (1995:450)

**Rättsfall:**

---

## REFERAT

### KÄRANDE

Konsumentombudsmannen (KO), 118 87 STOCKHOLM

### SVARANDE

Premie Invest i Sverige AB, Möllevångsgatan 30 B, 214 20 MALMÖ

Ställföreträdare och ombud: advokat Anders Perborn, Premie Invest i Sverige AB, Wistrand Advokatbyrå, Box 4149, 203 12 MALMÖ

### SAKEN

marknadsföring av premieobligationer

---

## DOMSLUT

1. Marknadsdomstolen förbjuder Premie Invest i Sverige AB vid vite av femhundra tusen (500 000) kr att vid marknadsföring av kreditköp av premieobligationer vilseleda om förmånligheten av erbjudandet genom att vid angivande av kreditkostnad och effektiv ränta inte ta hänsyn till samtliga kostnader för krediten och därmed ange en för låg kreditkostnad och en för låg effektiv ränta.

2. Premie Invest i Sverige AB skall ersätta KO dess rättegångskostnader med sextiofemtusen (65 000) kr, allt avseende arbete, jämte ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker.

## BAKGRUND

Ett par gånger om året emitterar Riksgäldskontoret premieobligationer till allmänheten i syfte att låna pengar för svenska statens räkning och förvalta statsskulden. I stället för att innehavarna av obligationerna får ränta på investerade medel samlas den totala avkastningen på de insamlade medlen i en gemensam pott som lottas ut till innehavarna. Innehavaren av en premieobligation får tillbaka insatsen, när samtliga vinstdragningar är gjorda, men utan ränta. Obligationerna registreras på ett värdepapperskonto hos Värdepapperscentralen (VPC) som automatiskt bevakar alla vinster på obligationerna. VPC underrättar också innehavarna av obligationerna om att vinsten satts in på deras konton.

Premie Invest i Sverige AB (Premie Invest) marknadsför premieobligationer på kredit till konsumenter i Sverige.

När premieobligationerna ges ut kan de köpas antingen direkt av Riksgäldskontoret eller genom någon av Riksgäldskontorets återförsäljare. Obligationerna kan också köpas och säljas senare på en andrahandsmarknad. De premieobligationer som Premie Invest marknadsför är köpta på andrahandsmarknaden för premieobligationer. Handel med premieobligationer sker via banker och fondkommissionärer på Stockholmsbörsen.

YRKANDEN M.M.

KO har yrkat att Marknadsdomstolen skall förbjuda Premie Invest att vid marknadsföring av kreditköp av premieobligationer vilseleda om förmånligheten av erbjudandet genom att vid angivande av kreditkostnad och effektiv ränta inte ta hänsyn till samtliga kostnader för krediten och därmed ange en för låg kreditkostnad och effektiv ränta.

Premie Invest har bestritt KO:s yrkande.

Båda parter har yrkat ersättning för sina rättegångskostnader.

Utdrag ur det påtalade marknadsföringsmaterialet återfinns i domsbilaga.

#### GRUNDER OCH UTVECKLING AV TALAN

Parterna har anfört i huvudsak följande.

KO

KO har tagit emot ett stort antal anmälningar från konsumenter mot Premie Invests marknadsföring. Den har också anmälts av Riksgäldskontoret.

Under hösten 2003 marknadsförde Premie Invest sina premieobligationer genom att skicka ut marknadsföringsmaterial till ett stort antal hushåll. Materialet var omfattande och delvis rörigt. Om informationen i materialet systematiseras kan dock konsumenten utläsa bl.a. följande. Premie Invest erbjuder köp av premieobligationer på kredit. Premieobligationerna har ett nominellt värde på 1 000 kr styck. De säljs i set om två obligationer. Totalpriset per set är 4 800 kr. Konsumenten betalar 100 kr per månad i 48 månader. Inköpskostnaden är 350 kr per set, kreditkostnaden är 1 010 kr per set och den effektiva räntan är 18,8 procent per set. Av marknadsföringsmaterialet framgår inte hur höga de övriga kostnaderna är eller vad de utgörs av, men med utgångspunkt från de uträkningar Premie Invest gjort i sin marknadsföring borde Premie Invest mena att övriga kostnader uppgår till 1 440 kr.

Fråga i målet är vilka kostnader det marknadsförda erbjudandet medför för konsumenterna och hur kreditkostnad och effektiv ränta skall beräknas för erbjudandet eftersom det marknadsförs med ett antal extra tjänster och produkter.

I marknadsföringsmaterialet upplyser också Premie Invest konsumenten om vilka de övriga tjänsterna och produkterna är som ingår i kreditköpet av premieobligationer. Dessa tjänster och produkter är inköp av premieobligationer på börsen, förvaring av obligationerna i svensk bank, vinstbevakning, vinstbesked och vinst skickad direkt till konsumenten. Konsumenten erhåller alltid dessa tjänster och produkter vid köp av premieobligationer, oavsett vem han eller hon köper obligationerna av. De ytterligare tjänster och produkter som ingår som ett led i Premie Invests krediterbjudande av premieobligationer är extra chanser i BonusFonden, tidningen Premie Posten, vinstgaranti - minst fyra vinster på lägst 50 kr/styck, skraplott, presentkort på 100 kr om svar erhålls inom 10 dagar, obligationscertifikat samt lott i ett scout-lotteri. Ingenstans i marknadsföringen framgår vad konsumenten får betala för dessa övriga tjänster och produkter.

Konsumenten har ingen individuell valmöjlighet vid kreditköpet, utan måste godta hela erbjudandet. Han eller hon kan således inte välja om de övriga tjänsterna och produkterna skall ingå i kreditköpet eller inte. Inte heller kan konsumenten välja att köpa premieobligationerna kontant. Krediterbjudandet går inte att dela upp i en kreditdel, som skulle avse premieobligationerna, och

en kontantdel som skulle avse de övriga tjänsterna och produkterna. Konsumentkreditlagen (1992:830), KkredL, skall tillämpas på hela det av Premie Invest marknadsförda krediterbjudandet.

Fråga i målet är vilka kostnader som det marknadsförda krediterbjudandet medför för konsumenterna. Premie Invest har beräknat kreditkostnaden och den effektiva räntan felaktigt i reklamaterialet eftersom företaget inte har tagit hänsyn till det sammanlagda beloppet av andra kostnader som konsumenten skall betala för krediten. Vidare har Premie Invest uppgivit kontantpriset för högt.

Köp och försäljning av premieobligationer på andrahandsmarknaden sker till dagsaktuell kurs. Denna kan ligga såväl över som under det nominella värdet. Sett över en längre tid torde dock kursen inte avvika nämnvärt från det nominella värdet. KO kan godta en genomsnittlig överkurs på högst 50 kr per set. När obligationer säljs på andrahandsmarknaden utgår normalt sett en avgift, ett courtage. Avgiften varierar, men de ledande affärsbankerna tar ut ett minimicourtage på mellan 100 och 200 kr. En konsument som köper två premieobligationer med ett nominellt värde på 2 000 kr och en överkurs på 50 kr samt avgifter, betalar således 2 150 eller 2 250 kr på andrahandsmarknaden. Eftersom Premie Invest endast marknadsför sina premieobligationer på kredit skall kontantpriset enligt förarbetena anses utgöra det gängse marknadspriset vid kontantaffärer beträffande nyttigheter av ifrågavarande slag. Detta betyder att det av Premie Invest uppgivna kontantpriset på 2 350 kr är 100 kr för högt. Med hänsyn till det som redogjorts för ovan kan kontantpriset vara högst 2 250 kr. Mellanskillnaden, alltså 100 kr, är en kostnad som konsumenten betalar för krediten och skall således utgöra en del av kreditkostnaden och följaktligen den effektiva räntan.

När det gäller de övriga tjänster och produkter som ingår i kreditköpet av premieobligationerna, är det endast vinstgarantin och presentkortet på 100 kr som kan åsättas ett värde för konsumenten. Garantin innebär att alla som köper obligationerna garanteras en vinstsumma på 200 kr. Vinstgarantins värde kan därför fastställas till högst 200 kr. Presentkortets värde är 100 kr. De andra tjänsterna och produkterna, dvs. förvaring av obligationerna i svensk bank, vinstbevakning, vinstbesked, vinst skickad direkt till konsument, extra vinstchanser i BonusFonden, tidningen Premie Posten, skraplott, obligationscertifikat och lott i ett scout-lotteri, har inget ekonomiskt värde för konsumenten och skall utgöra del av kreditkostnaden och den effektiva räntan. Att dessa tjänster innebär kostnader för Premie Invest är ingenting som KO ifrågasätter. Detta saknar dock relevans för bedömningen huruvida kostnaderna är att hänföra till kreditkostnaden och den effektiva räntan. Konsumenten får betala 1 440 kr för främst de övriga tjänsterna och produkterna som erhålls i samband med kreditköpet av obligationerna.

KO uppfattar således det aktuella erbjudandet enligt följande. Den totala kostnaden uppgår till 4 800 kr. Kontantpriset kan högst fastställas till 2 250 kr. Kostnaderna för övriga tjänster och produkter kan högst uppgå till 300 kr avseende vinstgarantin och presentkortet och inte till 1 440 kr. Det återstående beloppet av 1 440 kr, dvs. 1 140 kr, skall hänföras till kreditkostnaden. Kreditkostnaden blir då 2 250 kr, dvs. den ursprungliga uppgivna kreditkostnaden på 1 010 kr samt 100 kr avseende det belopp Premie Invest tagit ut för mycket på kontantpriset och det ovan omtalade beloppet på 1 140 kr.

Med utgångspunkt i dessa uppgifter och med tillämpning av beräkningsunderlaget i Konsumentverkets allmänna råd blir den effektiva räntan 41,75 procent.

Premie Invests vilseledande påståenden om en kreditkostnad på 1 010 kr och om 18,8 procents effektiv ränta omöjliggör för konsumenten att skapa sig en korrekt bild av kostnaderna för krediten i erbjudandet. Därmed kan inte konsumenten göra en rättvisande jämförelse med andra krediterbjudanden. Att i samband med kreditköp av premieobligationer erbjuda konsumenten andra tjänster och produkter som helt saknar kapitalvärde är att betrakta som ett sätt att locka konsumenter att välja det marknadsförda avbetalningsköpet. Med en kreditkostnad på 2 250 kr och en effektiv ränta på 41,75 procent blir Premie Invests aktuella erbjudande betydligt mindre förmånligt än vad som framgår av det aktuella marknadsföringsmaterialet.

## Premie Invest

Premie Invest marknadsför åt sin uppdragsgivare en produkt som bygger på Svenska Statens premieobligationer. Produkten marknadsförs som en spelprodukt. Konceptet bygger på att konsumenten betalar en viss summa varje månad. För detta får konsumenten det antal premieobligationer som han eller hon vill köpa och ytterligare ett antal delprodukter. De viktigaste delprodukterna är BonusFonden och vinstgarantin.

I det aktuella marknadsföringsmaterialet finns det en svarstalong som kunden kan fylla i och skicka tillbaka till Premie Invest. Därefter skickas ett avtal till kunden för undertecknande tillsammans med ytterligare informationsmaterial. När kunden har betalat får denne ett obligationscertifikat. Av detta framgår att kunden har köpt premieobligationer på kredit och att han eller hon erhållit ett visst antal bonusobligationer.

I marknadsföringsmaterialet finns också en skraplott som ger konsumenten en andel i en obligation under en viss tid. Andelen anges också på certifikatet. Vidare får konsumenten en värdecheck på 100 kr som kan användas till varuinköp och en lott i ett lotteri som är anordnat av en välgörenhetsorganisation. Alla konsumenter får en s.k. vinstgaranti. Denna innebär, att om kunden inte vinner något på sina ordinarie obligationer eller bonusobligationer under en 12-månaders period, vinner kunden på särskilda garantiobligationer. Vidare får konsumenten tidningen Premie Posten som utkommer tre till fyra gånger om året.

Själva obligationsköpet går till så att en dansk fondmäklarfirma säljer premieobligationerna till kunden. Det är alltså inte Premie Invest som säljer obligationerna till kunden. För att kunden skall kunna finansiera sitt köp så lämnar ett annat företag kunden en kredit. Det finns inget samband mellan fondmäklaren och denne kreditgivare. När fondmäklaren säljer obligationerna till sin kund tar fondmäklaren betalt genom ett courtage. Fondmäklaren har bestämt detta courtage till 350 kr per set. Vid kreditköpet får alltså kunden ett lån från kreditgivaren på dels courtaget, dels obligationerna. Det sammanlagda kreditbeloppet är alltså 2 350 kr.

Övriga tjänster i marknadsföringsmaterialet tillhandahålls av kreditgivaren. Premie Invest är inte avtalspart med kunden, utan med kreditgivaren. Premie Invest utför vissa administrativa åtgärder åt kreditgivaren.

Priset för den aktuella produkten är 4 800 kr, fördelat på 2 000 kr för obligationerna, 350 kr i courtage, 1 010 kr i kreditkostnad och 1 440 kr för de övriga tjänsterna och produkterna. Delpriset för de övriga tjänsterna och produkterna är alltså högre än kreditkostnaden.

Såsom angivits ovan har fondmäklaren bestämt courtaget för köp av ett set premieobligationer till 350 kr. Detta är en faktisk kostnad. Ingen del av kontantpriset på 2 350 kr skall ingå i kreditkostnaden.

Det pris som fondmäklaren får betala för inköpen av premieobligationerna på andrahandsmarknaden bestäms av det vid varje tid gällande marknadspriset. Marknadspriset överstiger så gott som alltid det nominella värdet.

Marknadsföringen avser en sammansatt produkt med olika ingående delar. En del utgörs av ett kreditköp. De övriga delarna har alla ett värde för konsumenten. Hela produkten har ett värde för konsumenten som överstiger summan av delprodukterna. Betalningen för delprodukterna erläggs kontant med lika stora belopp varje månad. Av 1 440 kr betalar kunden 30 kr per månad i 48 månader. Delprodukterna utgör var för sig och i vart fall tillsammans, en självständig produkt som inte skall anses ingå i kreditköpet.

Det är riktigt att konsumenten endast kan köpa ett set premieobligationer och de övriga produkterna tillsammans. Konsumenten kan således inte välja bort någon delprodukt. Detta kan dock inte medföra att kostnaderna för produkter som utöver kreditköpet ingår i erbjudandet, skall utgöra kreditkostnad. Att som KO påstå att, om en vara eller tjänst saknar kapitalvärde, skall kostnaden för dessa räknas som kreditkostnader saknar lagligt stöd.

Delprodukterna har dock ett värde. Det värde som är relevant är marknadsvärdet, vilket kan vara högre än ett objektiva ekonomiska värde eller

ett kapitalvärde.

BonusFonden innebär att kunden vid köpet erhåller ytterligare andelar i andra premieobligationer. Antalet andelar varierar beroende på hur många set kunden köper och kunderna får proportionellt fler andelar ju fler set man köper. Om en kund exempelvis köper ett set, får kunden en andel. Köper kunden två set får kunden sex andelar och köper kunden maximala fem set får kunden 20 andelar. Varje andel motsvarar 1/10 av en premieobligation med ett nominellt värde på 1 000 kr.

För att kunna tillhandahålla dessa bonusobligationer köper kreditgivaren ett motsvarande antal obligationer på andrahandsmarknaden. För detta tillkommer inköps- och administrationskostnader. Därtill uppkommer en kapitalkostnad, dvs. en räntekostnad, under avtalstiden som är 48 månader. Räntesatsen var vid tiden för den aktuella marknadsföringen 5,5 procent. Kostnaden för att tillhandahålla en bonusandel blir då 5,50 kr per år.

Bonusandelen måste självklart ha ett marknadsvärde. Kunden erhåller en möjlighet att under 48 månader vinna mellan 50 och 100 000 kr per andel varje dragning. För närvarande sker dragning sex gånger per år. Detta innebär att kunderna under avtalstiden får många fler chanser att vinna än om de endast ägt sina vanliga två obligationer.

Vinstgarantin kan ges eftersom Riksgäldskontoret har garanterat viss vinst om man köper ett visst antal premieobligationer i en nummerföljd. Kreditgivaren köper in ett stort antal obligationer i nummerföljd och allokera andelarna av dessa till kunderna och åstadkommer på så sätt en vinst för dem. Obligationerna har en viss minsta vinst och det lägsta belopp som garanteras kunden är en viss andel av detta belopp. Hittills har detta varit 1/10 av det lägsta belopp som gäller som vinst på obligationen. Den lägsta garanterade vinsten är 50 kr, men kunden kan vinna så mycket som 100 000 kr på garantiobligationerna.

Kreditgivaren har uppskattat kostnaden för att tillhandahålla vinstgarantin till 12,40 kr per set och år.

Det är inte samma obligationer som allokeras som bonusobligationer och de obligationer som används i vinstgarantin.

Alla kunder som får skraplotten vinner. Den innebär att kunden får vara med i extra vinstdragningar på en extra premieobligation under 0-6 månader.

Kunderna får också en lott i ett särskilt lotteri. Premie Invest avtalar med en välgörenhetsorganisation om samarbete. Organisationen söker tillstånd för att ordna ett särskilt lotteri som uteslutande används för Premie Invests kunder. Premie Invest köper samtliga lotter i lotteriet och delar ut lotterna till sina nya kunder. Hela lotteriets vinst, vilken brukar vara mycket hög, tillfaller välgörenhetsorganisationen. Marknadsvärdet på lotten motsvarar de belopp som gäller för motsvarande lotter som säljs på marknaden. Eftersom lotterier varierar så är de dock svåra att jämföra.

Värdecheckens värde är 100 kr. Detta belopp har KO vitsordat.

Premie Invest följer, på kreditgivarens uppdrag, alla dragningar och underrättar alla som vinner genom ett personligt brev. Detta gäller även dem som vinner på sin vinstgaranti. Detta innebär att varje kund får i vart fall ett brev per år. Alla kunder som vinner större belopp rings upp och gratuleras personligen. Premie Invest har också en text-TV tjänst på TV4. Alla kunder som vinner vid en dragning läggs ut på text-TV sidan. Samtliga dessa tjänster medför kostnader.

## BEVISNING

KO har åberopat viss skriftlig bevisning, däribland det aktuella marknadsföringsmaterialet.

På Premie Invests begäran har vittnesförhör hållits med T. Å., ekonomichef på Premie Holding som är ägare till Premie Invest. Vidare har Premie Invest åberopat viss skriftlig bevisning, däribland ett exempel av ett obligationscertifikat, brev angående vinstgarantin, det aktuella marknadsföringsmaterialet och ett yttrande av Bert Lehrberg, professor i

civilrätt.

## DOMSKÄL

Det i målet aktuella marknadsföringsmaterialet har distribuerats genom personadresserad direktreklam, vilket innebär att den skickats hem till enskilda konsumenter i brev.

KO har anfört bl.a. följande. I marknadsföringsmaterialet erbjuder Premie Invest konsumenten kreditköp av premieobligationer. Av materialet framgår att det i kreditköpet av dessa även ingår ett antal extra tjänster och produkter. När Premie Invest anger kreditkostnad och effektiv ränta tar Premie Invest inte hänsyn till samtliga kostnader för krediten och anger en för låg kreditkostnad och effektiv ränta. Därigenom vilseleder Premie Invest konsumenter om förmånligheten av erbjudandet.

Premie Invest har mot KO:s talan invänt att produkten som säljs i det aktuella marknadsföringsmaterialet är sammansatt och består av olika delar. Premieobligationerna säljs på kredit medan delprodukterna betalas kontant. Således har erbjudandet både en kreditdel och en kontantdel för vilka konsumenten betalar av varje månad.

Marknadsdomstolen gör följande bedömning.

Enligt 6 § konsumentkreditlagen (1992:830), KkredL, skall en näringsidkare vid annonsering, skyltning och liknande marknadsföring beträffande kredit lämna information om den effektiva räntan för krediten. Om det är fråga om kredit för förvärv av en särskild vara, tjänst eller annan nytthet, skall även kreditkostnaden och kontantpriset anges. Syftet med bestämmelsen är främst att konsumenten skall kunna bedöma hur mycket dyrare det blir att ta varan eller tjänsten på kredit än att betala kontant (prop. 1991/92:83 s. 42). I 2 § KkredL definieras bl.a. begreppen kreditkostnad och effektiv ränta. Med kreditkostnad avses det sammanlagda beloppet av de räntor, tillägg och andra kostnader som konsumenten skall betala för krediten. Med effektiv ränta avses kreditkostnaden angiven som en årlig ränta beräknad på kreditbeloppet, i förekommande fall under hänsynstagande till att delbetalningar skall göras under den löpande kredittiden.

Om en näringsidkare inte lämnar information enligt 6 § KkredL, skall enligt 8 § samma lag marknadsföringslagen (1995:450), MFL, tillämpas, eftersom information enligt 6 § KkredL skall anses vara sådan information av särskild betydelse från konsumentsynpunkt som avses i 4 § andra stycket MFL.

Marknadsföring skall vara vederhäftig. Den som i marknadsföring använder ett påstående skall kunna styrka dess riktighet. Kan han inte det, skall påståendet anses ovederhäftigt och därmed otillbörligt. Utgångspunkten vid bedömning av marknadsföringsåtgärder är det budskap som materialet förmedlar till den genomsnittlige konsumenten vid en flyktig läsning.

I det aktuella marknadsföringsmaterialet framgår tydligt att köp av två premieobligationer på kredit kostar totalt 4 800 kr under fyra år eller 100 kr per månad i 48 månader. Kreditkostnaden anges vara 1 010 kr, kontantpriset 2 350 kr och den effektiva räntan 18,8 procent. Skillnaden mellan 4 800 kr och summan av kontantpriset och kreditkostnaden är 1 440 kr. Vad denna extra kostnad avser framgår dock inte av marknadsföringsmaterialet.

Vid en flyktig genomläsning av marknadsföringsmaterialet får en konsument definitivt intrycket av att vissa andra tjänster och produkter - utöver premieobligationerna - ingår i kreditköpet av premieobligationerna. I materialet påstår Premie Invest bl.a. följande "Du kan vinna upp till tre miljoner - skattefritt", "Du får vinstgaranti minst 4 gånger under spelperioden", "Bonusfonden ger dig extra vinstchanser", "Du får en del av dina pengar tillbaka", "Vi övervakar dina obligationer", "Vinsterna sänds direkt till dig" och "Du är med och stödjer KFUK-KFUMs idrottsförbund". Premie Invest har hävdade att dessa andra tjänster och produkter är delprodukter för vilka konsumenten betalar kontant varje månad. Även om så faktiskt skulle vara fallet, kan Marknadsdomstolen av det påtalade materialet inte se någon information som upplyser konsumenten om detta. Inte heller upplyses konsumenten om hur mycket han eller hon i så fall skulle betala på kredit för premieobligationerna och kontant för de olika tjänsterna och produkterna. Med hänsyn till att många

av produkterna och tjänsterna har karaktären av lotteri/spel är det enligt Marknadsdomstolens mening svårt att åsätta dem ett eget värde, åtminstone på basis av den information som lämnas i marknadsföringsmaterialet. Även om dessa olika tjänster och delprodukter skulle kunna åsättas ett visst värde, kan i vart fall det sammanlagda värdet av tjänsterna och delprodukterna, även högt räknat, inte uppgå till 1 440 kr. Premie Invest anger således en för låg kreditkostnad och effektiv ränta i det aktuella marknadsföringserbudet.

Marknadsdomstolen finner således att Premie Invests marknadsföringsmaterial är svåröverskådligt och otydligt. Konsumenten kan, utifrån de uppgifter som Premie Invest lämnar i sin marknadsföring, inte avgöra vad det är han eller hon betalar för. Detta gör det omöjligt för konsumenten att värdera Premie Invests erbjudande och jämföra hur mycket dyrare det är att köpa premieobligationer på kredit enligt deras erbjudande än att köpa dem kontant.

Med utgångspunkt i de uppgifter Premie Invest lämnar och underlåter att lämna i det aktuella marknadsföringsmaterialet vilseleds konsumenten om förmånligheten av erbjudandet. Marknadsföringen är ovederhäftig och således otillbörlig enligt 4 § MFL.

Vite

Enligt 19 § MFL skall ett förbud förenas med vite, om det inte av särskilda skäl är obehövligt. Sådana särskilda skäl föreligger inte i målet.

Rättegångskostnader

Med denna utgång i målet skall Premie Invest förpliktas att ersätta KO dess rättegångskostnader. Om det yrkade beloppet råder inte tvist.

På Marknadsdomstolens vägnar

C H Fallenius

Ledamöter: Christer Fallenius, ordförande, Jörgen Holgersson, Per Eklund, Maria Bengtsson, Jonas Häckner och Claes-Robert Julander. Enhälligt

Sekreterare: Ylva Averstén

---

**Sökord:** Effektiv ränta; Förmånlighet; Förmånserbjudande; Information; Konsumentverkets riktlinjer; Kontantpris; Kreditkostnad; Konsumentkredit; Premieobligation; Spel

**Litteratur:**

---