

Domsnummer: 2016-1

Avgörandedatum: 2016-01-28

Rubrik: Vid tillhandahållandet av nummerupplysningstjänst via telefon och sms har en näringsidkare inte ansetts fullgjort skyldigheten att lämna prisinformation till konsumenter enligt 3 och 6 §§ prisinformationslagen (2004:347), PIL. Även fråga om när avtal kommer till stånd.

Lagrum:

- 2 §, 3 § och 6 § prisinformationslagen (2004:347)
- 24 § marknadsföringslagen (2008:486)
- 9 § lagen om avtal och andra rättshandlingar på förmögenhetsrättens område (1915:218)

Rättsfall:

REFERAT

KÄRANDE

Konsumentombudsmannen, Box 48, 651 02 Karlstad

SVARANDE

Eniro 118 118 AB, 556476-5294, Gustav III:s Boulevard 40, 169 87 Stockholm

Ombud: advokaterna L. F. L. och C. v. H., KANTER Advokatbyrå KB, Engelbrektsgatan 3, Box 1435, 118 84 Stockholm

SAKEN

Marknadsföring av nummerupplysningstjänst

DOMSLUT

1. Marknadsdomstolen ålägger Eniro 118 118 AB vid vite om en miljon (1 000 000) kr, att vid tillhandahållande av nummerupplysningstjänst till konsument per telefonsamtal och sms ange kostnaden för nummerupplysningstjänsten (prisinformation), om konsumenten begär det. Prisinformationen ska i sådana fall lämnas efter det att konsumenten efterfrågat viss upplysning, men innan bolaget tillhandahållit upplysningen, och vara utformad på ett klart och begripligt sätt.

2. Äläggandet ska träda i kraft den 30 juni 2016.

3. Eniro 118 118 AB ska ersätta Konsumentombudsmannen för rättegångskostnader med 72 000 kr, varav 70 000 kr avser ombudsarvode, jämte ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker.

BAKGRUND

1 Eniro 118 118 AB (Eniro) tillhandahåller mot betalning en nummerupplysningstjänst till konsumenter och näringsidkare över telefon och sms (short message service) på telefonnumret 118 118. Tjänsten marknadsförs av Eniro i olika medier, bl.a. på webbplatsen www.eniro.se/118118.

2 På Eniros webbplats lämnar Eniro information om priset för nummerupplysningstjänsten. I marknadsföringskanaler såsom i radio, tv och i utomhusreklam lämnar Eniro viss prisinformation och/eller hänvisar till webbplatsen för fullständig information om priset för nummerupplysningstjänsten. Någon uppgift om vad tjänsten kostar lämnas inte när konsumenten i kontakterna med Eniro - i telefonsamtal eller genom sms till

det angivna numret - utnyttjar Eniros nummerupplysningstjänst.

YRKANDEN OCH INSTÄLLNING

3 KO har, som talan slutligen bestämts, yrkat att Marknadsdomstolen ålägger Eniro 118 118 AB, vid vite, att vid tillhandahållande av nummerupplysningstjänst till konsument per telefonsamtal och sms ange kostnaden för nummerupplysningstjänsten (prisinformation) innan avtalet med konsumenten ingås. Prisinformationen ska lämnas till konsumenten på ett klart och begripligt sätt.

4 Eniro har bestritt KO:s yrkande.

5 För det fall Marknadsdomstolen skulle finna att Eniro är skyldigt att lämna prisinformation när Eniro levererar nummerupplysningstjänsten, är Eniros inställning att sms-kommunikation ska undantas från denna skyldighet.

6 Eniros inställning är vidare att kravet avseende telefonsamtal ska anses uppfyllt genom att konsumenten vid telefonsamtalet ges en möjlighet att välja om denne vill ha prisinformation eller direkt vill gå vidare till nummerupplysningstjänsten. Kravet ska vidare anses uppfyllt om sådan valmöjlighet erbjuds vid tre uppringningstillfällen från samma abonnemang och uppringaren vid samtliga tre uppringningstillfällen väljer att gå vidare direkt till nummerupplysningstjänsten. Vid det fjärde uppringningstillfället från samma abonnemang behöver ingen valmöjlighet erbjudas; dock under förutsättning att priset inte har ändrats efter den senaste uppringningen.

7 KO har motsatt sig att sms-kommunikation ska undantas från skyldigheten att lämna prisinformation.

8 KO delar Eniros uppfattning att prisinformationskravet får anses vara uppfyllt om konsumenten vid telefonsamtalet får välja om konsumenten ska få prisinformation eller direkt gå vidare till nummerupplysningstjänsten. KO motsätter sig att valmöjligheten skulle försvinna vid fjärde tillfället då konsumenten ringer till Eniros nummerupplysningstjänst.

9 Eniro har för egen del, för det fall Marknadsdomstolen skulle finna att Eniro är skyldigt att lämna eller ge möjlighet till prisinformation vid telefonsamtal och/eller sms-kommunikation, begärt att ett åläggande inte ska träda i kraft förrän sex månader efter dagen för Marknadsdomstolens dom och tidigast den 30 juni 2016.

10 KO har medgett att Eniro beviljas övergångstid med en månad.

11 Båda parter har yrkat ersättning för rättegångskostnader.

GRUNDER

12 Parterna har till grund för talan åberopat följande.

KO

13 Eniro erbjuder en bestämd produkt, en nummerupplysningstjänst per telefonsamtal och sms, när konsumenten ringer eller sms:ar 118 118. Vid tillhandahållandet av tjänsten och innan avtalet ingås ska Eniro enligt 6 § prisinformationslagen (2004:347), PIL, lämna erforderlig information om tjänsten och priset. Vid det egentliga tillhandahållandet av nummerupplysningstjänsten - dvs. vid uppringningen eller vid skickandet av sms:et - lämnar Eniro dock inte någon prisinformation överhuvudtaget och informerar inte heller om att samtalet eller sms:et är belagt med en förhöjd avgift. Istället uppstår betalningsskyldigheten direkt när Eniro besvarar telefonsamtalet eller sms:et, trots att det vid denna tidpunkt inte finns något anbud för konsumenten att acceptera, eftersom Eniros tidigare marknadsföring inte är att betrakta som ett anbud, utan på sin höjd en uppfordran att lämna anbud. Det förhållandet att Eniro lämnar viss prisinformation om nummerupplysningstjänsten i andra mediekkanaler före tillhandahållandet av tjänsten innebär inte att den obligatoriska prisinformationsskyldigheten enligt PIL vid tillhandahållandet av tjänsten kan bortfalla.

14 Den prisinformation som Eniro utelämnar, i strid med 6 § prisinformationslagen (2004:347), PIL, är, enligt 12 § PIL, sådan

prisinformation som ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket marknadsföringslagen (2008:486), MFL. Att väsentlig information utelämnats utgör därmed ett vilseledande enligt 10 § tredje stycket MFL.

15 Prisuppgift är normalt sett den enskilt viktigaste faktorn som en konsument tar hänsyn till när han eller hon ska fatta ett affärsbeslut. Marknadsföringen är otillbörlig genom att prisinformation saknas och genom att avsaknaden av prisinformation påverkar, eller sannolikt påverkar, genomsnittskonsumentens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut. Då den enskilt viktigaste delen i det som konsumenten tar hänsyn till inför ett affärsbeslut saknas är transaktionstestet uppfyllt. Eniro ska därför åläggas att vid tillhandahållande av nummerupplysningstjänsten ge prisinformation på ett klart och begripligt sätt per telefonsamtal och sms innan avtalet med konsumenten ingås.

16 KO delar Eniros uppfattning att prisinformationskravet får anses uppfyllt om konsumenten vid telefonsamtalet får välja om konsumenten ska få prisinformation eller direkt gå vidare till nummerupplysningstjänsten men ser inte något skäl till valmöjligheten skulle försvinna vid det fjärde uppringningstillfället. Konsumenten kan fortfarande vara intresserad av hur mycket tjänsten kostar och om så inte är fallet behöver konsumenten bara trycka på en knapp för att direkt komma vidare till tjänsten.

17 Vad gäller Eniros begäran om övergångstid har KO viss förståelse för att Eniro kan behöva viss tid efter domen för att anpassa sina tekniska system så att prisinformation kan lämnas korrekt. Att Eniro skulle behöva sex månader för denna anpassning är dock alldeles för lång tid. En månad är en väl anpassad tid för detta omställningsarbete. Eniro kan redan nu genomföra nödvändiga förberedelser för att anpassa sitt system efter de krav som ställs om KO skulle vinna framgång med sin talan.

Eniro

18 Det bestrids att Eniro i sin marknadsföring av nummerupplysningstjänst till konsument underlåter att lämna prisinformation innan avtalet ingås. Eniro lämnar prisinformation i samband med att nummerupplysningstjänsten tillhandahålls i enlighet med 6 § PIL.

19 Tillhandahållandet av nummerupplysningstjänsten sker redan vid marknadsföringen av tjänsten. Tjänsteerbjudandet, jämte priset och övriga villkor för att ta del av tjänsten, anges tydligt i Eniros olika marknadsföringskanaler. Kunden kan sedan ta tjänsten i anspråk genom att ringa eller skicka ett sms till Eniro. Eniros erbjudande utgör en form av bindande anbud som sedan antas av kunden när denne ringer eller skickar ett sms till Eniro. Avtalet med konsumenten är således redan ingånget vid det tillfälle KO begär att prisinformation ska lämnas. Den lämnade prisinformationen uppfyller kraven på korrekthet och tydlighet enligt 10 § PIL och lämnas på ett sätt och i den omfattning som är lämpligt för respektive medium. Det saknas således förutsättningar att meddela ett åläggande.

20 Skulle Marknadsdomstolen anse att Eniro i något relevant sammanhang underlåter att lämna erforderlig prisinformation innan avtalet ingås gör Eniro gällande att utelämnandet inte påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut. Marknadsföringen är därmed inte otillbörlig. Det saknas således även av detta skäl förutsättningar att meddela ett åläggande.

21 Skulle Marknadsdomstolen anse att Eniro underlåter att lämna erforderlig prisinformation innan avtal ingås och att detta påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut, ska kravet på lämnande av prisinformation anses uppfyllt genom att konsumenten ges möjlighet att välja om konsumenten vill ha prisinformation eller direkt vill gå vidare till nummerupplysningstjänsten. Därigenom ges konsumenten möjlighet att erhålla detaljerad information om priset vid själva uppringningstillfället men behöver inte ta del av sådan information om detta inte önskas.

22 Som grund för att sms-tjänsten helt ska undantas från åläggandet anføres att det inte är möjligt att på ett kommersiellt gångbart sätt konstruera sms-tjänsten på ett sätt som möjliggör att prisinformation lämnas i

samband med själva leveransen av tjänsten. En sådan ordning skulle kräva att konsumenter skickar minst två sms till Eniro innan konsumenten kan ta tjänsten i anspråk: det första för att initiera tjänsten, och det andra för att bekräfta att konsumenten vill gå vidare efter att ha erhållit information om pris. Detta skulle helt förta den snabbhet och effektivitet som konsumenten efterfrågar i samband med tjänsten och skulle även leda till ytterligare kostnader för konsumenten, eftersom denne blir tvungen att skicka i vart fall två sms. Ett sådant åläggande skulle sannolikt medföra att Eniro tvingas lägga ner sms-tjänsten.

23 Som grund för att åläggandet inte ska börja gälla förrän efter sex månader från dagen för dom och tidigast den 30 juni 2016, anför Eniro att det inte är möjligt att utveckla och få på plats en teknisk lösning som möjliggör informationslämnande till konsumenter förrän efter tidigast sex månader. För det fall Marknadsdomstolen skulle meddela ett åläggande som träder i kraft med omedelbar verkan skulle detta sannolikt innebära att Eniro, i vart fall temporärt, är tvunget att stänga ner sin nummerupplysningstjänst.

24 Eniros inställning överensstämmer med EU-direktivet 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder om att restriktioner ska vara proportionella och inte gå längre än vad som är nödvändigt. Vidare främjar en sådan ordning konsumenternas intressen eftersom den övervägande majoriteten av Eniros kunder inte vill ha prisinformation när tjänsten tas i anspråk utan istället efterfrågar en snabb och effektiv service.

UTVECKLING AV TALAN

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

KO

Om Eniros nummerupplysningstjänst m.m.

26 Eniro erbjuder nummerupplysningstjänsten 118 118 mot betalning. Konsumenter utnyttjar tjänsten genom att ringa eller sms:a det angivna numret. För att få veta vad Eniros nummerupplysningstjänst kostar innan avtal ingås och nummerupplysningstjänsten utförs måste konsumenten aktivt söka information om detta och då i en annan marknadsföringskanal än där tjänsten utförs. Från Eniros webbplats www.eniro.se/118118 går det att klicka sig vidare för att få Eniros nummerupplysningstjänst beskriven. Konsumenten behöver dock inte besöka Eniros webbplats för att utnyttja själva tjänsten.

27 Av de anmälningar som Konsumentverket fått in framgår att konsumenter reagerat mot att prisinformation inte lämnas. Att konsumenter anmält företeelsen visar att de sannolikt hade agerat annorlunda om de haft tillgång till prisinformation i samband med avtalsslutet.

28 Eniro har i dialogen med KO föreslagit att de för vissa kunder kan tänka sig att i början av telefonsamtalet informera om att "det här samtalet kostar mer än ett ordinarie samtal". Kravet för att genomföra förändringen var dock att alla andra branschföretag gjorde det samtidigt. KO ansåg då att fortsatt dialog inte längre var meningsfull.

29 Det är KO:s uppfattning att Eniros nummerupplysningstjänst är en betalteletjänst. Sedan en lång tid tillbaka finns en väletablerad och välfungerande praxis bland övriga betaltjänsteleverantörer att lämna prisinformation om tjänsten vid uppringningen innan avtalet ingås. Detta framgår av Etiska rådets regler för betalteletjänster.

30 Konsumenten betalar en särskild taxa för nummerupplysningstjänsten och Eniro bör därför rimligtvis omfattas av den branschpraxis som utvecklats sedan 1992 av Etiska rådet för betalteletjänster (ERB).

31 En variant för att uppfylla kravet på prisinformation skulle kunna vara att Eniro i början av samtalet - vid uppringningen - ger konsumenten möjlighet att välja om den vill ha prisinformation eller direkt vill gå vidare till nummerupplysningstjänsten.

Tillhandahållandet av tjänsten

32 Vid det egentliga tillhandahållandet av tjänsten, dvs. vid telefonsamtalet eller i ett sms, lämnar inte Eniro någon prisinformation över huvudtaget. Eniro vägrar till och med att i telefonsamtalet och innan avtalet ingås informera om att det är en betaltjänst. Att Eniro lämnar viss prisinformation i annan marknadsföring, såsom i radio och TV och på internet, innebär givetvis inte att den obligatoriska skyldigheten att lämna prisinformation vid tillhandahållandet försvinner.

33 Prisinformation är en viktig faktor när en konsument ska fatta ett köpbeslut. Eftersom Eniro marknadsför nummerupplysningstjänsten utan att lämna prisinformation kan konsumenten fatta en rad affärsbeslut under processen fram till själva köpbeslutet utan att någon gång få prisinformation.

34 Det är särskilt angeläget att tydligt framhålla villkor som medför att oundvikliga och höga kostnader tillkommer. Det kan inte krävas att konsumenter ska söka sig fram till prisinformation för nummerupplysningstjänster. Att en konsument vet om att tjänsten har en annan taxa än ett samtal till exempelvis fastnät nummer innebär inte att prisinformationen är så bagatellartad att den kan utelämnas. Priserna på nummerupplysning varierar och prisinformationen fyller således även ett syfte när konsumenten ska välja mellan olika tjänster.

35 Marknadsföring av nummerupplysningstjänsten med angivande av viss prisinformation i andra kanaler är således inte tillräckligt för att läka bristen på prisinformation när tjänsten tillhandahålls via telefon och sms.

36 För att ett anbud ska vara för handen krävs ett visst minimum av konkretion avseende innehållet för att kunna tjäna som avtalsunderlag och inriktning på en individuell adressat.

37 Eniros marknadsföring i TV, radio, reklamskyltar och på internet - erbjudanden till allmänheten i form av marknadsföring - är inte att betrakta som bindande anbud. På sin höjd kan detta betraktas som en uppfordran att lämna anbud. När konsumenten ringer eller sms:ar till Eniro finns det således inget anbud för konsumenten att acceptera. Istället ska Eniro vid tillhandahållandet av tjänsten, dvs. vid uppringningen eller vid skickandet av sms:et och innan avtalet ingås, lämna erforderlig information om tjänsten och priset. Först därefter kan konsumenten acceptera tjänsten och ett bindande avtal uppstår.

38 Bara för att någon känner till Eniros telefonnummer och tjänst så är det inte särskilt troligt att genomsnittskonsumenten har kännedom om vad priset för tjänsten är, som enligt Eniro självt är relativt komplext (se punkt 50 nedan).

Eniro

Om Eniros nummerupplysningstjänst m.m.

39 Eniro tar emot ett mycket stort antal telefonsamtal och sms till sin nummerupplysningstjänst. Minst 88,2 procent av de som ringer från privata abonnemang är återkommande kunder. Utöver Eniros tjänst 118 118 finns på den aktuella marknaden några olika nummerupplysningstjänster, bland annat 118 100 och 118 800. Leverantörerna av nummerupplysningstjänster har tillsammans med ett antal teleoperatörer träffat en branschöverenskommelse i syfte att tillgodose konsumenternas intresse av att få relevant information vid valet av nummerupplysningstjänst.

40 Branschöverenskommelsen syftar till att tillgodose konsumenternas intresse av att få relevant information vid valet av nummerupplysningstjänst och ger uttryck för god marknadsföringssed för den här typen av tjänster. Som leverantör av nummerupplysningstjänster följer Eniro den branschöverenskommelse som gäller för nummerupplysningstjänster. Branschöverenskommelsen täcker alla former av marknadsföring, inklusive viss radioreklam. Eniro har dock tagit steget längre än vad som stadgas i branschöverenskommelsen och hänvisar numera, som enda aktör i branschen, till sin webbplats i all sin radioreklam.

41 Eniros nummerupplysningstjänst utgör inte en betalteletjänst som KO har gjort gällande (punkt 29 ovan). PTS har bedömt att Eniros tjänst är en nummerupplysningstjänst och tilldelat tjänsten ett telefonnummer i den s.k. 118-serien som är avsedd för just nummerupplysningstjänster. Eniro efterlever tillståndsvillkoren avseende användning av nummer i 118-serien, vilket framgår av beslut från PTS. Betalteletjänster har enligt den nationella nummerplanen tilldelats en annan nummerserie med prefixen 0900, 0939, 0944 och 099.

42 ERB är en fristående och privaträttslig organisation som har till uppgift att utarbeta och upprätthålla etiska regler avseende innehållet i den information som ges i betalteletjänster samt marknadsföringen av sådana tjänster. ERB:s mandat vilar på avtalsrättslig grund genom att leverantörer av betalteletjänster via avtal åtar sig att följa ERB:s regler.

43 Eniro är ingen leverantör av betalteletjänster och har således inte åtagit sig att följa ERB:s regler. I den "Q&A-funktion" som ERB har på sin webbplats anges uttryckligen att samtal och sms till olika nummerupplysningstjänster som tillhandahålls på nummerserien 118 inte omfattas av definitionen av betalteletjänster. Nummerupplysningstjänster omfattas således inte av reglerna på detta område och dessa regler kan således inte anses ge uttryck för god sed på nummerupplysningsområdet.

Tillhandahållandet av tjänsten

44 För att kunna ta del av Eniros nummerupplysningstjänst måste konsumenterna först erhålla information om vilket nummer konsumenten ska ringa eller sms:a för att kunna ta del av tjänsten. Vid all marknadsföring och informationsgivning avseende detta nummer lämnas information om priset för tjänsten.

45 Eniro lämnar således prisinformation när nummerupplysningstjänsten erbjuds/tillhandahålls. Eniro erbjuder en nummerupplysningstjänst som konsumenten endast kan ta del av på distans, dvs. genom att ringa eller skicka ett sms till Eniro. Tjänsteerbjudandet, jämte priset och övriga villkor för att ta del av tjänsten, beskrivs tydligt i Eniros olika marknadsföringskanaler. I dessa kanaler finns även information om priserna och de närmare villkoren för att ta del av erbjudandet.

46 Rent obligationsrättsligt har avtalet mellan Eniro och konsumenten ingåtts i och med att konsumenten slår numret till Eniros nummerupplysningstjänst respektive skickar sitt sms. Genom att ringa eller att skicka ett sms till Eniros nummerupplysningstjänst accepterar kunden Eniros erbjudande. Avtalet träffas i och med att samtalet besvaras respektive när sms:et kommer fram. Det som därefter händer är att Eniro levererar tjänsten/beställningen.

47 Erbjudandet/tillhandahållandet av nummerupplysningstjänsten måste således anses ske redan i samband med marknadsföringen av tjänsten. Eniros erbjudande utgör en form av bindande anbud som sedan antas av kunden när denne ringer eller skickar ett sms till Eniro. Konsumenten har med andra ord redan fattat sitt köpbeslut innan konsumenten ringer eller sms:ar. Denna modell för att ingå och bli bunden av avtalet utgör en etablerad praxis inom den bransch där Eniro verkar och denna modell framgår tydligt av Eniros villkor för att kunna ta del av nummerupplysningstjänsten. Avtalsingåendet föregås inte och har aldrig föregåtts av individuella förhandlingar eller enligt en modell som exakt kan placeras in i anbud-acceptmodellen.

48 Bestämmelserna i prisinformationslagen tar framförallt sikte på produkter som tillhandahålls i detaljhandeln eller motsvarande. Eniros nummerupplysningstjänst utgör ingen fysisk produkt som exponeras i ett skyltfönster eller i fysiska lokaler. Tillhandahållandet av tjänsten utgör inte en sådan typsituation som 6 § PIL tar sikte på. Definitionen av begreppet tillhandahållande måste tolkas i ljuset av detta.

Priset för Eniros nummerupplysningstjänst m.m.

49 Priset för Eniros nummerupplysningstjänst baseras i normalfallet på en fast kostnad för uppringningen och, om samtalet pågår mer än en minut, en tillkommande debitering per sekund med en begränsning i form av ett

maxpris. För samtal från mobil med kontantkort eller fasttelefoni via vissa teleoperatörer gäller ett särskilt pris. Kunderna debiteras aldrig för eventuell väntetid i samband med uppringningen. Därutöver finns tilläggstjänster såsom att samtal till det efterfrågade telefonnumret kan kopplas utan särskild kostnad och, vid telefonupplysning, att det efterfrågade telefonnumret kan skickas till kunden per sms utan särskild kostnad. Priset för sms-upplysningen utgörs av ett fast belopp. Slutligen har vissa stora företag specialpriser för sina anställda.

50 Priset för nummerupplysningstjänsten består av flera olika parametrar beroende på vilken kund som nyttjar tjänsten och vilken abonnemangstyp denne innehar. Att i alla sammanhang ange dessa olika parametrar kräver relativt stort utrymme. Eniro har därför anpassat informationen om priset beroende på i vilket medium nummerupplysningstjänsten marknadsförs. Vid marknadsföring som sker på webbplatsen lämnas fullständig information om priset för nummerupplysningstjänsten. Detsamma gäller i den 118 118-app för iPhone som marknadsförs på webbplatsen vilken kan laddas ner kostnadsfritt.

51 Det finns inte möjlighet att ge en komplett bild av hur priset beräknas i alla de medier där Eniro marknadsför nummerupplysningstjänsten men i vart fall anger Eniro de väsentliga villkoren eller hänvisar till webbplatsen. Eniros uppfattning är att detta har stöd i 11 § MFL och att marknadsföringen därför inte kan anses vilseledande. Av prisinformationen framgår alltid att priset för telefonförfrågan beräknas på en fast kostnad för uppringningen och, om samtalet pågår mer än viss angiven tid, en tillkommande debitering per sekund. Genom prisinformationen får konsumenten kännedom om att själva uppringningen respektive avsändandet av sms innebär den kostnad som anges i marknadsföringen.

52 Eniro har under de senaste tre åren höjt priset endast vid tre tillfällen, senast den 1 juni 2014. Den 1 september 2014 gjordes en fjärde prishöjning på det fasta pris som debiteras där Eniro inte kan debitera med rörlig taxa. Detta avser samtal från mobil med kontantkort och vissa fasttelefonabonnemang. Dessa samtal avser endast ca 4 procent av det totala antalet samtal.

53 Eniros undersökningar har visat att kunderna inte vill ha prisinformation i samband med att de utnyttjar tjänsten. Istället efterlyser kunderna snabb och effektiv service vid transaktionstillfället. Eniros undersökningar visar även att Eniros kunder är mycket nöjda med Eniros nummerupplysningstjänst. Det är svårt att hitta en fungerande modell för att på ett bra sätt informera om de olika prismodellerna i transaktionsögonblicket. Trots att Eniro inte sett sig lagligen skyldig härtill har dock Eniro, inom ramen för den dialog som ägde rum mellan Eniro och KO innan tvisten initierades, erbjudit sig att på olika sätt tillhandahålla kompletterande information om priset till sina kunder.

54 De klagomål som Konsumentverket fått in från konsumenter som reagerat mot att prisinformation inte lämnas är, sett till det stora antal samtal och sms som Eniro tar emot varje dag, en försvinnande liten andel.

BEVISNING

55 På Eniros begäran har vittnesförhör hållits med M. B., IT-chef hos Eniro.

DOMSKÄL

56 Frågan i målet är om Eniro vid tillhandahållandet av nummerupplysningstjänster via telefon och sms fullgör den skyldighet att lämna prisinformation till konsumenter som följer av 3 och 6 §§ prisinformationslagen (2004:347), PIL.

Aktuella bestämmelser m.m.

57 Enligt 6 § jämförd med 3 § PIL ska prisinformation lämnas när en näringsidkare i sin yrkesmässiga verksamhet tillhandahåller bestämda produkter till konsumenter. Av 1 § framgår att PIL har till ändamål att främja god prisinformation till konsumenter. Med bestämda produkter avses enligt 2 § PIL varor, tjänster eller andra nyttigheter. Vidare följer av 12 § PIL att

marknadsföringslagen (2008:486), MFL, med vissa undantag, är tillämplig om näringsidkaren inte lämnar föreskriven prisinformation samt att sådan prisinformation ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket MFL.

58 Enligt 10 § tredje stycket MFL får en näringsidkare inte utelämna väsentlig information i marknadsföringen av sin egen eller någon annans näringsverksamhet. Vid bedömningen av om en framställning är vilseledande enligt 10 § tredje stycket får enligt 11 § MFL beaktas det använda kommunikationsmedlets begränsningar i tid och utrymme samt de åtgärder som näringsidkaren vidtagit för att på något annat sätt lämna informationen. 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 (det s.k. transaktionstestet).

59 Enligt 5 § marknadsföringslagen (2008:486) (MFL) ska marknadsföring stämma överens med god marknadsföringssed. Med god marknadsföringssed avses enligt 3 § MFL god affärssed eller vedertagna normer som syftar till att skydda konsumenter och näringsidkare vid marknadsföring av produkter. 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.

60 Av 3 § MFL framgår vidare att ett affärsbeslut är "ett beslut som fattas av en konsument eller näringsidkare om huruvida, hur och under vilka förutsättningar en produkt ska köpas, om hela eller delar av köpesumman ska betalas, om produkten ska behållas eller överlåtas eller om en avtalsenlig rättighet i samband med att produkten ska utnyttjas, oavsett om konsumenten eller näringsidkaren beslutar att handla eller att avstå från att handla". (Angående affärsbeslut, se MD 2010:8 och 2011:30.)

61 En näringsidkare som vid sin marknadsföring låter bli att lämna väsentlig information får enligt 24 § första stycket MFL åläggas att lämna sådan information. Ett sådant åläggande ska enligt 26 § MFL förenas med vite, om det inte av särskilda skäl är obehövligt.

Frågan om när avtal ingås m.m.

62 Marknadsdomstolen konstaterar, att de av Eniro tillhandahållna tjänsterna utgör nummerupplysningstjänster för vilka bolaget av Post- och telestyrelsen tilldelats ett telefonnummer avsett för tjänster av detta slag samt att tjänsterna utgör sådana bestämda produkter som avses i 6 § PIL och att bolaget därmed är skyldigt att lämna prisinformation när tjänsterna tillhandahålls.

63 I svensk rätt är en utgångspunkt att ett erbjudande som en näringsidkare riktar till allmänheten inte är avtalsrättsligt bindande och därmed inte utgör ett anbud i avtalslagens (1915:218) mening. En förutsättning för att så ska vara fallet är, förutom ett visst minimum av konkretion avseende innehållet, att erbjudandet har en inriktning mot en individuell adressat. (Se här till Kurt Grönfors m.fl., Avtalslagen en kommentar, fjärde uppl. s. 100, Christina Ramberg m.fl., Allmän Avtalsrätt, tionde uppl. s. 88 och Axel Adlercreutz m.fl., Avtalsrätt I, trettonde uppl. s. 61 f.)

64 Med hänsyn till att informationen om priset och andra villkor för tjänsterna på Eniros webbplats och i bolagets övriga marknadsföringskanaler riktar sig till hela konsumentkollektivet kan bolagets erbjudande, enligt Marknadsdomstolens mening, inte anses utgöra ett bindande anbud. Erbjudandet måste i stället anses utgöra ett s.k. utbud som närmast fyller funktionen att etablera eller upprätthålla kontakt mellan bolaget och dess kunder samt inbjuda till anbud. Avtal kan följaktligen inte anses komma till stånd redan genom att en konsument tar kontakt med Eniro via telefonsamtal eller sms.

65 Konsumentens fråga om nummerupplysning via telefonsamtal eller sms utgör i stället närmast ett anbud riktat till Eniro. I likhet med vad som gäller i andra sammanhang där avtal kommer till stånd genom s.k. realhandlande måste emellertid bundenhet för konsumenten anses uppkomma först i och med ett definitivt ianspråktagande av tjänsten i fråga. Det innebär att det finns ett utrymme för konsumenten att träda tillbaka och återkalla det

lämnade anbudet till dess att Eniro tillhandahållit den efterfrågade upplysningen (jfr Axel Adlercreutz m.fl., Avtalsrätt I, trettonde uppl. s. 77 f.).

66 Av det anförda följer att ett bindande avtal mellan konsumenten och Eniro kan anses komma till stånd först när Eniro har tillhandahållit den efterfrågade nummerupplysningen till konsumenten.

Frågan om prisinformation lämnas

67 Det är ostridigt mellan parterna att Eniro på bolagets webbplats och i övriga marknadsföringskanaler lämnar information om vad det kostar att ta de erbjudna tjänsterna i anspråk. Någon prisinformation lämnas emellertid inte när en konsument vill utnyttja Eniros nummerupplysningstjänst genom att ringa upp eller skicka ett sms till bolaget.

68 Väl får förutsättas att de konsumenter som kontakter Eniro för att använda bolagets nummerupplysningstjänst är införstådda med att en viss avgift kommer att debiteras för varje samtal eller sms. Det finns emellertid inte några hållpunkter för att konsumenter i allmänhet kan överblicka de priser som Eniro tillämpar från tid till annan, särskilt som bolaget använder differentierade priser på olika typer av tjänster. I betraktande av att kostnaderna för att utnyttja Eniros nummerupplysningstjänster inte är obetydliga, måste det anses vara av vikt för konsumenterna att prisinformation lämnas på ett sådant sätt så att de i praktiken kan ta del av den (jfr prop. 1990/91:171 s. 10, SOU 2002:54 s. 93 f. samt prop. 2003/04:38 s. 18).

69 Enligt vad som måste anses vara allmänt känt används nummerupplysningstjänster ofta i situationer när andra möjligheter att skaffa information om telefonnummer inte finns eller är begränsade. Att uppgifter om de priser som Eniro tillämpar finns att tillgå på bl.a. bolagets webbplats kan i sådana situationer inte tillgodose det behov av prisinformation som i praktiken finns. För att prisinformationen ska tjäna sitt syfte och underlätta ett välgrundat affärsbeslut måste den därför lämnas efter att konsumenten efterfrågat upplysning om ett visst telefonnummer men innan bolaget har tillhandahållit den efterfrågade upplysningen.

70 Av det anförda följer att Eniro inte lämnar prisinformation vid tillhandahållande av sina nummerupplysningstjänster på det sätt som avses i 6 § PIL. Eniro har därmed utelämnat väsentlig information vid marknadsföring av sina tjänster enligt 10 kap. tredje stycket MFL jämfört med 12 § PIL, varför marknadsföringen varit vilseledande. Vad Eniro anför om att bolaget följer de etiska regler som utformats av tjänsteleverantörer av nummerupplysningstjänster föranleder följaktligen inte någon annan bedömning.

71 Vid en samlad bedömning av det sätt på vilket Eniro tillhandahåller sina tjänster och betydelsen av den utelämnade prisinformationen måste bolagets marknadsföring anses ha försvårat för konsumenterna att fatta ett välgrundat affärsbeslut och därmed anses ha varit otillbörlig (se MD 2015:2 punkt 82 f.).

Åläggande m.m.

72 Vid uppringning får kravet på prisinformation, som parterna är eniga om, anses uppfyllt om konsumenterna ges möjlighet att välja om de vill ta del av informationen eller direkt gå vidare till själva tjänsten. Med hänsyn till den betydelse information om priset har för konsumenter i allmänhet, kan det inte anses oproportionerligt att ålägga Eniro att lämna sådan information efter att konsumenten efterfrågat viss nummerupplysning. Vikten av aktuell prisinformation måste anses vara sådan att skyldigheten att lämna information om priset inte bör bortfalla i situationer där en förfrågan kommer från en konsument med ett abonnemang som tidigare vid ett visst antal tillfällen använts vid kontakter med Eniro på det sätt som bolaget har yrkat.

73 De skäl som ligger bakom kravet på prisinformation vid uppringning gör sig gällande även vid sms-kommunikation. Med hänsyn till prisinformationens betydelse för konsumenterna kan inte heller ett krav på att prisinformation ska lämnas efter det att konsumenten efterfrågat viss nummerupplysning per sms anses vara oproportionerligt. Vad Eniro invänt om att det enligt bolagets mening inte är möjligt att på ett kommersiellt gångbart

sätt konstruera dess sms-tjänst så att prisinformation kan lämnas på detta sätt föranleder inte någon annan bedömning.

74 På grund av det anförda ska Eniro åläggas att ange kostnaden för nummerupplysningstjänster per telefonsamtal och sms, om konsumenten begär det. Med hänsyn till vad som kommit fram om de tekniska förutsättningarna för Eniro att efterkomma ett åläggande om att lämna prisinformation bör bolaget beviljas begärd omställningstid. I övrigt bör åläggandet ha den utformning som framgår av domslutet.

Vite m.m.

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

Rättegångskostnad

KO har i allt väsentligt vunnit bifall till sin talan. Eniro ska därför ersätta KO för rättegångskostnader i målet. KO har begärt ersättning med 72 000 kr, varav 70 000 kr för ombudsarvode och 2 000 kr för utlägg avseende rese- och hotellkostnader. Den fordrade ersättningen för rättegångskostnad har vitsordats av Eniro varför KO:s yrkande ska bifallas.

På Marknadsdomstolens vägnar

Per Carlson

Ledamöter: Per Carlson, ordförande, Lars Borg, Lars Hallén och Astri Muren.

Enhälligt

Sekreterare: David Ramsjö

Sökord: Avtal, ingående/utbud; Nummerupplysningstjänster; Prisinformation; Prisinformationslagen; sms; Åläggande enligt MFL - utformning; Övergångstid

Litteratur:
