



SVEA HOVRÄTT
Patent- och
marknadsöverdomstolen
Rotel 0224

BESLUT
2022-03-11
Stockholm

Mål nr
PMÖÄ 6119-20

ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE

Patent- och marknadsdomstolens beslut 2020-04-30 i mål nr PMÄ 17367-19,
se bilaga A

PARTER

Klagande

Mr Green Limited, C43260
Tagliaferro Business Centre, Level 7
14, High Street
Sliema SLM 1549
Malta

Ombud: Advokaten O. W.

Motpart

Konsumentombudsmannen
Box 48
651 02 Karlstad

SAKEN

Förbud enligt marknadsföringslagen meddelat av Konsumentombudsmannen

PATENT- OCH MARKNADSÖVERDOMSTOLENS AVGÖRANDE

Patent- och marknadsöverdomstolen ändrar Patent- och marknadsdomstolens beslut
endast på så sätt att förbudet får följande lydelse.

Mr Green Limited förbjuds, vid vite 2 000 000 kr, att vid marknadsföring av onlinespel
rikta erbjudanden genom e-post eller sms dels till spelare som sedan minst 24 timmar
är avstängda från spel genom registrering i Spelinspektionens nationella självavstäng-
ningsregister, dels till spelare som sedan kortare tid än 24 timmar är avstängda från
spel genom sådan registrering och vars avstängning blivit känd för Mr Green Limited.

Dok.Id 1762119

Postadress	Besöksadress	Telefon	Telefax	Expeditionstid
Box 2290 103 17 Stockholm	Birger Jarls Torg 16	08-561 670 00 08-561 675 00		måndag – fredag 09:00–16:30
		E-post: svea.hovratt@dom.se www.patentochmarknadsoverdomstolen.se		

YRKANDEN

Mr Green Limited (Mr Green) har yrkat att Patent- och marknadsöverdomstolen ska ändra det meddelade vitesförbudet

- dels så att *i första hand* hela förbudet och *i andra hand* vitessanktionen, inte ska gälla för erbjudanden som skickas till konsumenter som registrerat sig i Spelinspektionens nationella självavstängningssystem Spelpaus efter det att Mr Green gjort sin kontroll av registreringar i Spelpaus; förutsatt att erbjudandet skickas ut högst 24 timmar efter det att kontrollen gjorts hos Spelpaus,
- dels genom att sätta ned vitesbeloppet till 50 000 kr.

Konsumentombudsmannen har motsatt sig ändring.

PARTERNAS TALAN OCH UTREDNINGEN

Parterna har åberopat samma omständigheter och utvecklat sin talan på i huvudsak samma sätt som i Patent- och marknadsdomstolen. Konsumentombudsmannen har här, med anledning av Mr Greens påstående om att det uppstår ett tidsintervall i kontrollförfarandet innan ett marknadsföringsutskick kan ske, uppgett att det tar högst 0,65 sekunder för Mr Green att få svar från Spelpaus avseende 10 000 personnummer. Denna fördröjning är enligt Konsumentombudsmannens uppfattning försumbar och behöver inte beaktas vid vitesförbudets utformning.

Parterna har lagt fram samma utredning som i underinstansen och viss ytterligare skriftlig utredning.

SKÄLEN FÖR BESLUTET

Målet i Patent- och marknadsöverdomstolen

Den 20 november 2019 beslutade Konsumentombudsmannen att förbjuda Mr Green att vid marknadsföring av spelprodukter, rikta erbjudanden till konsumenter som är avstängda från spel genom registrering i Spelinspektionens nationella självavstängningssystem. Förbudet förenades med ett vite på 2 000 000 kr. Genom Patent- och marknadsdomstolens beslut ändrades det meddelade förbudet endast på så sätt att Mr Green förbjöds, vid vite 2 000 000 kr, att vid marknadsföring av onlinespel rikta erbjudanden genom e-post och/eller sms till konsumenter som är avstängda från spel genom registrering i Spelinspektionens nationella självavstängningssystem.

Mr Green har accepterat att ett förbud meddelas. Genom bolagets ändringsyrkanden är målet begränsat till frågan om förbudets utformning och vitesbeloppets storlek.

Förbudets utformning

Som Patent- och marknadsdomstolen redogjort för ska en spelare genom en anmälan till spelmyndigheten kunna stänga av sig från allt spel som kräver registrering. Spelmyndigheten ska föra ett register över spelare som har stängt av sig på detta sätt och sådana avstängningar ska gälla hos alla licensinnehavare under en viss tid eller tills vidare. (Se 14 kap. 12 § spellagen, 2018:1138.) Spelinspektionen har för detta syfte upprättat det nationella självavstängningsregistret Spelpaus. Vidare gäller att även vissa licenshavare själva ska ge registrerade spelare möjlighet att stänga av sig från spel. En sådan avstängning gäller endast hos den aktuella licenshavaren. (Se 14 kap. 11 § spellagen.)

Som Patent- och marknadsdomstolen också redogjort för är det förbjudet att rikta marknadsföring direkt till en spelare som har stängt av sig från spel (15 kap. 2 § spellagen).

Mr Greens talan när det gäller förbudets utformning vilar på ett påstående om att det tar viss tid för bolaget att, efter att svar erhållits från Spelpaus, göra nödvändiga justeringar i mottagarlistan för det planerade marknadsföringsmeddelandet och skicka ut detta. På grund av detta föreligger enligt Mr Green en risk för att det under tiden görs nya registreringar, vilka därmed inte är möjliga att beakta vid utskicket. Enligt Mr Green saknar bolaget följaktligen faktisk möjlighet att säkerställa att det till fullo kan följa förbudet enligt dess nuvarande utformning.

Patent- och marknadsdomstolen kom i denna del fram till att lagstiftaren inte har förutsett någon formell frist från det att en spelare utnyttjar möjligheten till självavstängning i Spelpaus till det att förbudet mot direkt marknadsföring börjar gälla. Underinstansen bedömde inte heller det lämpligt att i praxis tillskapa en sådan frist.

Patent- och marknadsöverdomstolen tar först ställning till om förbudet mot direkt marknadsföring i 15 kap. 2 § spellagen ska tillämpas omedelbart vid en spelares registrering i det nationella självavstängningsregistret, utan hinder av praktiska svårigheter av det slag som Mr Green åberopat i detta ärende.

Förbudet i 15 kap. 2 § spellagen gäller marknadsföring i förhållande till spelare som har stängt av sig från spel. Förbudets utformning bygger således på att det är möjligt för en licenshavare att få kännedom om huruvida en spelare är avstängd. Av spellagens förarbeten framgår att förbudet gäller oavsett om spelaren har stängt av sig i självavstängningsregistret eller direkt hos en licenshavare (se prop. 2017/18:220 s. 328). I de fall spelaren har stängt av sig direkt hos licenshavaren får licenshavaren omedelbart kännedom om avstängningen. Så är däremot inte fallet om spelaren har stängt av sig i Spelpaus som sköts av spelmyndigheten. För sådana situationer har lagstiftaren utgått från att licenshavarna ska göra en avstämning mot registret för att få kännedom om en avstängning (se a. prop. s. 165). Med andra ord förutsätts att licenshavarna gör en kontroll mot Spelpaus för att efterleva förbudet i 15 kap. 2 § spellagen i denna del.

Mot denna bakgrund gör Patent- och marknadsöverdomstolen följande överväganden.

Rättssäkerhetsskäl talar för att förbudet i 15 kap. 2 § spellagen ska tillämpas på marknadsföring riktad till spelare som är registrerade i Spelpaus under förutsättning att licenshavarna har möjlighet att undanta sådana spelare från ett planerat marknadsföringsmeddelande och att vitesförbud enligt marknadsföringslagen (2008:486) bör utformas med beaktande härav. Annars riskerar tillämpningen att leda till förbudsförordnanden som står i strid med allmänna principer om hur offentligrättsliga förbud kan utformas (jfr 2 § andra stycket viteslagen, 1985:206, och legalitetsprincipen).

Detta innebär att Patent- och marknadsöverdomstolen, till skillnad från underinstansen, anser att förbudet i 15 kap. 2 § spellagen mot att rikta marknadsföring direkt till spelare som är registrerade i Spelpaus kan tillämpas tidigast från en tidpunkt då licenshavaren kan sägas ha faktisk möjlighet att efterleva förbudet. Vid utskick av marknadsföringsmeddelanden innebär detta att licenshavaren ska ha en reell möjlighet att anpassa utskicket utifrån resultatet av kontrollen mot registret. Det aktuella vitesförbudet ska utformas med beaktande härav.

Eftersom nya registreringar i Spelpaus kan ha tillkommit efter det att Mr Green har utfört en kontroll mot registret men innan bolaget hunnit skicka ut sin planerade marknadsföring innebär den slutsats som Patent- och marknadsöverdomstolen kommit till i fråga om tillämpningen av förbudet i 15 kap. 2 § spellagen att Mr Green behöver en frist för att kunna sägas ha faktisk möjlighet att efterleva vitesförbudet. Frågan är då hur lång denna frist behöver vara för att Mr Green ska ha en sådan möjlighet. Denna fråga får avgöras genom en rimlighetsbedömning utifrån vad som har kommit fram om hur den faktiska hanteringen av marknadsföringsutskick går till.

Genom utredningen står det klart att det tar högst 0,65 sekunder för Mr Green att få ett svar från Spelpaus. Mr Green har även medgett att denna process är sekundsnabb och i stället framhållit att den stora tidsutdräkten uppstår i bolagets arbete med att anpassa utskicket av det planerade marknadsföringsmeddelandet utifrån svaret från Spelpaus.

Mr Green har angett att den egna hanteringen motsvarar vad som är brukligt inom branschen och beskrivit att den går till enligt följande. Bolaget tar fram ett marknadsföringsmeddelande och upprättar en lista över de kunder som bolaget önskar skicka meddelandet till. Därefter kontrollerar bolaget om det bland dessa kunder finns spelare som registrerat sig i Spelpaus. En enskild fråga till Spelpaus kan som mest omfatta 10 000 kunder. När bolaget fått svar från Spelpaus går det igenom svaren och stryker kunder som är registrerade i Spelpaus från det planerade utskicket. Detta arbete sker delvis manuellt och kan ta upp till tio timmar att utföra eftersom det vanligtvis omfattar tusentals kunder. Därefter behöver bolaget vid distributionen av marknadsföringsmeddelandet ta hänsyn till de tekniska kapacitetsbegränsningar som gäller vid större elektroniska utskick. Distributionen av meddelandet behöver därför delas upp och ske i mindre delar under en längre period. Med denna hantering kan det sammantaget gå 24 timmar från det att en fråga ställts till Spelpaus till det att bolaget har skickat ut marknadsföringsmeddelandet till den anpassade mottagarkretsen.

Vittnet M. S., som är ansvarig för regelefterlevnad inom Mr Green, har bekräftat att hanteringen går till på det sätt som Mr Green gjort gällande och berättat bland annat att i de fall ett marknadsföringsmeddelande har 15 000 mottagare är det vanligt att 2 000 – 3 000 utskick kan göras per timme.

Patent- och marknadsöverdomstolen finner inte anledning att ifrågasätta vare sig Mr Greens eller M. S:s uppgifter i denna del. Det förfarande som de har beskrivit framstår som ändamålsenligt och rimligt för marknadsföringskampanjer som är utformade med hänsyn till registreringar i Spelpaus. Det förefaller dessutom inte sannolikt att spelare i någon betydande omfattning skulle hinna registrera sig i självavstängningsregistret under den tid som Mr Green arbetar med utskicket och därmed riskera att få del av marknadsföringen. Även om enstaka spelare skulle hinna registrera sig i Spelpaus under den aktuella tiden kan domstolen konstatera att dessa – till följd av registreringen – under alla förhållanden är förhindrade att spela.

Mot denna bakgrund ska vitesförbudet enligt marknadsföringslagen utformas så att Mr Green som utgångspunkt ges en sådan frist om 24 timmar som bolaget sagt sig

behöva för att ha faktisk möjlighet att beakta en ny registrering av en spelare i Spelpaus. Vitesförbudet ska därför omfatta erbjudanden till spelare som sedan minst 24 timmar är avstängda från spel genom registrering i Spelpaus.

Det kan emellertid inte uteslutas att Mr Greens hantering – från förfrågan till Spelpaus till utskicket av marknadsföringen – tar kortare tid än 24 timmar. Det innebär att det i underlaget som Mr Green har fått från Spelpaus kan finnas kunder som har varit registrerade kortare tid än 24 timmar när marknadsföringsutskicken sker. Även sådana spelare, vars avstängning Mr Green alltså fått faktisk kännedom om, måste givetvis ingå i den krets av spelare till vilka marknadsföring inte får riktas direkt, oaktat när registreringen skedde. Vitesförbudet ska därför utformas så att det även omfattar erbjudanden till spelare som sedan kortare tid än 24 timmar är avstängda från spel genom registrering i Spelpaus och vars avstängning blivit känd för Mr Green.

Det av Patent- och marknadsdomstolen meddelade vitesförbudet ska alltså ändras i enlighet med detta.

Vitesbeloppets storlek

När det gäller vitesbeloppets storlek gör Patent- och marknadsöverdomstolen samma bedömningar som underinstansen har gjort. Beloppet ska följaktligen inte ändras.

Överklagande

Det saknas skäl att göra undantag från huvudregeln att Patent- och marknadsöverdomstolens beslut inte får överklagas (se 1 kap. 3 § tredje stycket lagen, 2016:188, om patent- och marknadsdomstolar). Detta beslut får därför inte överklagas.

I avgörandet har deltagit hovrättsråden Ulrika Ihrfelt och Kerstin Norman samt tf. hovrättsassessorn Bror Aili, referent.



STOCKHOLMS TINGSRÄTT
Patent- och marknadsdomstolen

PROTOKOLL
2020-04-30
Handläggning i
Stockholm

Aktbilaga 37
Mål nr
PMÄ 17367-19

Handläggning i parternas utevaror

RÄTTEN

Rådsmannen Alexander Ramsay

PROTOKOLLFÖRARE

Tingsnotarien Michael Montner

PARTER

Klagande

Mr Green Limited, C43260
Tagliaferro Business Centre, level 7
High Street
Sliema SLM 1549
Malta

Ombud: Advokat O. W.

Motpart

Konsumentombudsmannen
Box 48
651 02 Karlstad

SAKEN

Föreläggande, åläggande m.m. meddelat av Konsumentombudsmannen

ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE

Konsumentombudsmannens beslut den 20 november 2019, dnr 2019/961, se [bilaga 1](#)

BAKGRUND

Mr Green Limited (Mr Green) är ett bolag som säljer olika speltjänster online. Mr Green innehar en licens för onlinespel och vadhållning enligt den nya spellagen som trädde i kraft 1 januari 2019. Mr Green är registrerat på Malta.

Dok.Id 2174937

Postadress
Box 8307
104 20 Stockholm

Besöksadress
Rådhuset,
Scheelegatan 7

Telefon
08- 561 654 70
E-post: stockholmstingsratt@dom.se
www.stockholmstingsratt.se

Telefax

Expeditionstid
måndag – fredag
08:00–16:00

Konsumentverket inledde i juli 2019 ett tillsynsärende mot Mr Green på grund av till myndigheten inkomna anmälningar. Konsumentverket överlämnade sedermera ärendet till Konsumentombudsmannen (KO).

I det nu överklagade beslutet fann KO att det av utredningen i ärendet framgick att Mr Green vid minst tre tillfällen under juni 2019 hade skickat direktreklam till spelare trots att dessa var registrerade i det nationella avstängningssystemet (Spelpaus). KO konstaterade att marknadsföringen var otillbörlig. KO förbjöd därför Mr Green att vid marknadsföring av spelprodukter skicka direktreklam till konsumenter som är avstängda från spel genom registrering i Spelpaus. Förbudet förenades med vite. Med hänsyn till Mr Greens omsättning och med beaktande av allvarligheten i överträdelsena bestämde KO vitet till 2 000 000 kronor.

Mr Green har överklagat KO:s beslut.

Patent- och marknadsdomstolen har hållit sammanträde för muntlig bevisupptagning i ärendet, varvid det av Mr Green åberopade vittnet M. S. hördes.

YRKANDEN M.M.

Mr Green har yrkat att Patent- och marknadsdomstolen ändrar Konsumentombudsmannens beslut på så sätt att vitesbeloppet sätts ned och att förbudet istället förenas med ett vite på 50 000 kronor.

Mr Green har även yrkat att Patent- och marknadsdomstolen

1. i första hand ändrar KO:s föreläggande på så sätt att det inte ska tillämpas på erbjudanden som skickats till konsumenter som registrerat sig i Spelpaus efter det att Mr Green gjort sin kontroll av registreringar i Spelpaus; förutsatt att erbjudandet skickas ut högst 24 timmar efter det att kontrollen gjorts hos Spelpaus, och

2. i andra hand ändrar KO:s föreläggande på så sätt att föreläggandet inte ska förenas med vite beträffande sådana erbjudanden som skickats till konsumenter som registrerat sig i Spelpaus efter det att Mr Green gjort sin kontroll av registreringar i Spelpaus; förutsatt att erbjudandet skickas ut högst 24 timmar efter det att kontrollen gjorts hos Spelpaus.

Mr Green har vidare yrkat ersättning för rättegångskostnader med ett belopp om 96 000 kr avseende ombudsarvode.

KO har inte medgett ändring till någon del av det överklagade beslutet och har lämnat frågan om skäligheten av Mr Greens yrkade rättegångskostnader till domstolens bedömning.

GRUNDER M.M.

Mr Green

Mr Green har som grund för överklagandet anfört i huvudsak följande.

Föreläggande vid vite får inte ske om adressaten saknar faktisk eller rättslig möjlighet att följa föreläggandet. Det är uppenbart att Mr Green saknar faktisk möjlighet att följa KO:s föreläggande beträffande sådana registreringar i Spelpaus som gjorts i tidslappet mellan registerkontrollen och utskicket av erbjudandet.

Föreläggandet strider också mot proportionalitetsprincipen.

Vitet förlorar sitt syfte i detta fall eftersom frågan om Mr Greens vilja att följa föreläggandet inte är tvistig då bolaget redan har visat och uttryckt en stark vilja att efterleva förbudet. Det är istället bolagets faktiska och tekniska möjligheter att överhuvudtaget kunna följa föreläggandet som ska prövas i målet och vara

bestämmande för vitesbeloppets storlek. Vitesbeloppets storlek ska avpassas efter den enskildes motstånd och något motstånd är det inte fråga om här. Bolaget har omedelbart vidtagit rättelse. Vidare ligger vitesbeloppets storlek långt över vad som följer av Patent- och marknadsdomstolens praxis i snarlika situationer.

Föreläggandet innebär också en oproportionerlig inskränkning i bolagets rätt att fritt tillhandahålla tjänster enligt artikel 56 i Fördraget om den Europeiska Unionens funktionssätt (FEUF).

Vitessanktionen

Mr Greens utskick av direktmarknadsföring till svenska kunder går till på följande sätt. Bolaget formulerar ett marknadsföringsmeddelande och upprättar en lista på vilka kunder som ska erhålla detta utskick. Därefter skickar Mr Green en fråga till Spelpaus om konsumenterna på den upprättade marknadsföringslistan är registrerade i Spelpaus. Mr Green kan maximalt fråga om 10 000 konsumenter åt gången. Sedan görs en automatisk granskning av samtliga personnummer mot databasen med självavstängda spelare varefter ett svar skickas tillbaka till Mr Green.

Tidsglappet som uppstår mellan svaret och själva utskicket beror i första hand på att när Mr Green har erhållit svar från Spelpaus måste bolaget anpassa utskickslistan genom att ta bort konsumenter som registrerat sig i Spelpaus. Detta arbete sker delvis manuellt – för att säkerställa att inte några misstag begås – och kan ta upp till 10 timmar att utföra eftersom det normalt omfattar tusentals konsumenter. Mr Greens tillvägagångssätt skiljer sig inte åt från branschen i övrigt.

Dessutom måste bolaget ta hänsyn till tekniska kapacitetsbegränsningar vid större utskick för att undvika att textmeddelanden och e-post klassificeras som skräppost. Marknadsutskicken måste därför delas upp och skickas i mindre delar. Under tidsspannet mellan svar från Spelpaus och själva utskicket kan nya registreringar av konsumenter ske hos Spelpaus utan Mr Greens vetskap.

Denna ordning gör det omöjligt för Mr Green att försäkra sig om att inte några nya konsumenter på utskickslistan registrerat sig hos Spelpaus vid tidpunkten för utskicket av marknadsföringen. Vid varje reklamutskick som Mr Green gör föreligger därför en högst påtaglig risk att bolaget kan bli ådömt att betala två miljoner kronor i vite för överträdelse av förbudet.

Bolaget har viljan att efterleva förbudet men saknar möjlighet att effektivt säkra efterlevnad

KO:s föreläggande grundar sig i huvudsak på överträdelser, som skedde av misstag och var oavsiktliga samt var hänförliga till endast tre kunder. När det kom till Mr Greens kännedom att självavstängda spelare fått motta direktmarknadsföring upphörde bolaget genast med all direktmarknadsföring. Rättelsen skedde omedelbart och förhindrade att fler självavstängda spelare erhöll reklamerbjudanden. Detta förhållande bör vägas in vid en allvarlighetsbedömning av överträdelserna.

Det är i praktiken omöjligt för Mr Green att efterleva ett eventuellt förbud. Föreläggandet är därför alltför långtgående i förhållande till de olägenheter som bolaget kan drabbas av vid överträdelser som sker till följd av registreringar i Spelpaus som sker efter bolagets kontroll mot registret men innan reklamen skickas ut.

Omöjligt för bolaget att värja sig från vitet

De tekniska och faktiska förutsättningarna som omgärdar Spelpaus samt de rättsliga förpliktelser som följer av bestämmelserna i 15 kap. 2 § spellagen gör att Mr Green saknar faktisk möjlighet att rätta sig efter föreläggandet fullt ut. Mr Green kan därför inte värja sig från vitet.

Mr Green kan komma att drabbas av en oproportionerlig sanktion i förhållande till överträdelsens allvarlighet. Vitet bör därför under alla förhållanden sättas ned till ett väsentligt lägre belopp.

Om ett vite på 2 000 000 kronor skulle tillämpas i förhållande till varje framtida överträdelse som inträffar i närtid efter kontrollen mot Spelpaus har Mr Green att överväga om det överhuvudtaget är kommersiellt försvarbart att fortsätta att skicka direktreklam till kunder. Avsaknad av en rimlig respit innebär i praktiken att det skulle bli omöjligt för Mr Green att vidta denna marknadsföringsåtgärd.

KO

Utformning av förbudet

KO har utformat förbudet enligt gällande lagstiftning som inte medger undantag från förbudet att skicka direktreklam till spelare registrerade i Spelpaus. Ett förbud formulerat på det sätt som Mr Green har yrkat är inte möjligt enligt svensk rätt. En sådan formulering skulle innebära att en ytterligare önskvärd effekt av förbudet inte uppnås, dvs. att spelbolagen kontinuerligt ska sträva efter att utveckla ett arbetssätt som medför att gällande lagstiftning följs.

Proportionalitetsprincipen

KO bestrider Mr Greens påstående att beslutet skulle vara oproportionerligt.

Frågan om vite

KO:s uppfattning är att det saknas särskilda skäl att inte förena förbudet med vite. Mr Green kan efterfölja föreläggandet eftersom att det är bolaget som bestämmer om direktreklam ska skickas eller inte.

Det är Mr Green som äger frågan om hur uppgifterna från Spelinspektionen ska hanteras för att efterleva lagstiftningen. Mr Green kan välja att inhämta information om upp till 10 000 spelare åt gången men kan också välja att inhämta information om färre spelare. Mr Green får svar på sin förfrågan i princip samma sekund som frågan

ställs och kan därefter agera utifrån informationen. Att Mr Green inte skickar direktreklam i nära anslutning till att informationen erhålls är ingen annan än bolaget ansvarigt för.

Det föreligger inte en högst påtaglig risk att vite kommer att dömas ut vid nuvarande formulering av beslutet.

Vitets storlek

Vitesbeloppets storlek är förenlig med gällande rätt och speglar allvarligheten i att överträda en regel som kommit till i syfte att skydda sårbara konsumenter från uppmaningar att spela. Nivån på vitesbeloppet manar till extra försiktighet och eftertänksamhet som är eftersträvansvärd för att undvika överträdelser av en regel av förevarande slag. Vitesbeloppet är inte heller alltför betungande i förhållande till Mr Greens årsomsättning.

Rättegångskostnader

KO noterar att Mr Green inte har angett om det begärda beloppet är inklusive eller exklusive moms och inte heller uppgett vilka åtgärder som har vidtagits i ärendet.

DOMSTOLENS BEDÖMNING

Spellagen (2018:1138) är enligt 1 kap. 2 § tillämplig på spel som tillhandahålls i Sverige om inte annat följer av 3, 4 eller 5 § i samma lag. Lagen omfattar spel online som riktas till den svenska marknaden, oavsett var spelföretaget är etablerat. Mr Green är registrerat på Malta och tillhandahåller spel online till den svenska marknaden. Spellagen är därför tillämplig.

Frågan om vitesförbud

En spelare ska enligt 14 kap. 12 § första stycket spellagen genom en anmälan till spelmyndigheten kunna stänga av sig från allt spel som kräver registrering.

Marknadsföring får enligt 15 kap. 2 § första stycket spellagen inte riktas direkt till en spelare som har stängt av sig från spel. Av 15 kap. 4 § första stycket spellagen följer att marknadsföring som strider mot 2 §, vid tillämpningen av 5, 23 och 26 §§ marknadsföringslagen (2008:486), ska anses som otillbörlig mot konsumenter.

Av utredningen i ärendet framgår att de tre aktuella spelarna har varit registrerade i Spelpaus under den aktuella perioden. Vidare framgår att reklam för spel online på Mr Greens webbadress mrgreen.com har riktats direkt till spelarna genom sms eller e-post. Den aktuella marknadsföringen har därmed i enlighet med 15 kap. 2 och 4 §§ första stycket spellagen varit otillbörlig.

Enligt 23 § marknadsföringslagen får en näringsidkare vars marknadsföring är otillbörlig förbjudas att fortsätta med denna eller någon liknande åtgärd. Av 26 § marknadsföringslagen följer att ett förbud enligt 23 § ska förenas med vite, om det inte av särskilda skäl är obehövt.

Mr Green har anfört att bolaget inte har haft för avsikt att skicka ut direktreklam, utan att det har skett av misstag och var oavsiktligt samt hänförligt till endast tre kunder.

Mr Green har uppgett att rättelse skedde omedelbart, vilket förhindrade att fler självavstängda spelare erhöll reklam erbjudanden. Mr Green har vidare anfört att ett vitesförbud inte kan meddelas då bolaget saknar faktisk möjlighet att följa KO:s föreläggande beträffande sådana registreringar i Spelpaus som gjorts i tidslappet mellan registerkontrollen och utskicket av erbjudandet. Enligt Mr Green är förbudet också oproportionerligt.

Mr Green har, liksom andra aktörer på marknaden, ansvar för att säkerställa att lagkraven i spellagen efterlevs. En näringsidkare som skickar ut reklam erbjudanden genom sms och e-post till kunder för att få dem till sin spelsida ansvarar för att anpassa

utskicken så att de uppfyller kraven i spellagen. Det Mr Green har anfört om tidsglappet mellan registerkontrollen och utskicket av erbjudandet innebär, enligt domstolens mening, inte att bolaget kan anses sakna förutsättningar att efterleva förbudet. Mr Green kan, vilket har påpekats av KO, t.ex. välja att inhämta upplysningar från Spelpaus avseende ett mindre antal kunder i taget. Detta skulle innebära att den manuella kontrollen går fortare och att marknadsföringen kan skickas ut till alla dessa kunder samtidigt utan att riskera att aktivera eventuella spamfilter.

Någon formell frist från det att spelare utnyttjar möjligheten till självavstängning enligt 14 kap 12 § spellagen till det att marknadsföringsförbudet enligt 15 kap. 2 § inträder är inte förutsedd av lagstiftaren. Att genom praxis såsom yrkats av Mr Green skapa en sådan frist är, med tanke på det stora skyddsintresset, inte lämpligt.

Det följer av fast praxis att det förhållandet att en näringsidkare har upphört med marknadsföringen inte i sig utgör något hinder mot att meddela förbud mot marknadsföringen. Att Mr Green försökt rätta till de misstag som möjliggjorde den påtalade marknadsföringen innebär alltså inte i sig något skäl att underlåta att meddela ett förbud. (se t.ex. MD 2015:13, MD 2014:5 och MD 2009:6).

Med hänsyn till regleringens syfte att motverka spelproblem och det starka allmänintresse som detta har kan ett förbud inte anses strida mot proportionalitetsprincipen eller innebära en oproportionerlig inskränkning i rätten att fritt tillhandahålla tjänster. Regelverket är icke-diskriminerande och innebär att alla spelbolag har att anpassa sina affärsmodeller så att de är säkra på att det efterlevs.

Utformningen av förbudet

Ett förbud enligt marknadsföringslagen eller spellagen bör, för att få avsedd effekt, inte ges en alltför snäv utformning. Det ska inte vara möjligt att kringgå förbudet genom att göra en obetydlig justering av ett uttryckssätt eller liknande och därefter fortsätta med ett förfarande som reellt sett är detsamma som det som har föranlett ingripandet.

Förbudet bör därför formuleras så att det täcker både den konkreta handling som har prövats och andra praktiskt sett eller i allt väsentligt likvärdiga handlingar. Av rättssäkerhetsskäl måste emellertid ett förbud också konkretiseras så att det klart framgår vilket slags handlingar det avser. Ett förbud bör utformas på så sätt att det för adressaten tydligt och preciserat framgår vilken typ av marknadsföring och vilken eller vilka produktkategorier som avses. (se NJA 2018 s. 883 punkten 8 samt Patent- och marknadsöverdomstolens dom den 5 december 2019 i PMT 2054-18).

Det av KO utformade vitesförbudet omfattar marknadsföring av spelprodukter i allmänhet. KO:s vitesförbud får därför anses vara förhållandevis generellt formulerat. Ett förbud som är utformat på detta sätt träffar även andra typer av spel än de online-casinospel som den nu påtalade marknadsföringen avsåg. Förbudet är enligt domstolens mening därför för vitt. Samtidigt bör förbudet inte begränsas till att endast avse online-casinospel eftersom det då inte omfattar marknadsföring av andra licenspliktiga online-spel som är reglerade i spellagen, t.ex. online-bingo och oddsspel. Förbudet bör mot denna bakgrund utformas så att det omfattar alla typer av onlinespel.

Det av KO utformade vitesförbudet omfattar alla typer av erbjudanden oavsett hur dessa distribueras. Ett vitesförbud bör knyta an till den konkreta överträdelsen och inte utvidgas till att gälla annan typ av marknadsföring. Det förtjänar att understrykas att det följer av gällande rätt att det helt oavsett förbudets utformning i detta avseende är förbjudet att rikta marknadsföring direkt till en spelare som har stängt av sig från spel. I det aktuella fallet har marknadsföringen skett genom e-post och sms. Förbudet bör därför inskränkas till att avse erbjudanden som distribueras på detta sätt.

Enligt Patent- och marknadsdomstolen ska förbudet mot bakgrund av vad som anförts ovan konkretiseras på så sätt att det avser erbjudanden som rör onlinespel och som distribueras genom e-post och/eller sms.

Vitesbeloppets storlek

Vitesbeloppet ska enligt 3 § viteslagen (1985:206) bestämmas till ett belopp som med hänsyn till vad som är känt om adressatens ekonomiska förhållanden och omständigheterna i övrigt kan antas förmå denne att följa föreläggandet. I praxis har uttalats att ett riktmärke bör vara att vitet bestäms till ett belopp som gör att det inte är ekonomiskt mer fördelaktigt för adressaten att bryta mot förbudet eller åläggandet än att upphöra med den otillbörliga marknadsföringen, (se NJA 2018 s. 833). I förarbeten och doktrin har även angivits att ekonomiska förhållanden som ska beaktas vid beräkning av vitesbeloppet bör vara förhållanden som är lätta att konstatera och som myndigheten därför inte behöver ägna alltför mycket tid åt att utreda, (se prop. 1984/85:96 s. 27 och Lavin, Viteslagstiftningen [1 oktober 2019, Version 3B, JUNO], kommentaren till 3 §).

På marknadsföringsrättens område ska vid fastställande av vitesbeloppet även en nyanserad bedömning göras utifrån bland annat det allmänna konsumentskyddande intresset på marknadsföringsrättens område, hur marknadsföringen har skickats eller riktats till mottagaren, dess utformning och innehåll, samt om det är fråga om omfattande och upprepade otillbörliga marknadsföringsåtgärder, (se Patent- och marknadsöverdomstolens dom av den 21 juni 2017 i mål PMT 10485-16).

Utredningen i ärendet visar att direktreklam för onlinespel på en webbadress som Mr Green innehar licens för, under den aktuella tidsperioden, har skickats ut vid tre tillfällen till spelare som har stängt av sig från spel. Den otillbörliga marknadsföringens omfattning har därför enligt Patent- och marknadsdomstolen visserligen varit begränsad.

Spellagens bestämmelser har i likhet med marknadsföringslagen ett konsumentskyddande intresse och syftar bl.a. till att beakta sociala skyddshänsyn, konsumentintressen och att motverka riskerna för problemspelande, (se prop. 2017/18:220 s. 165). Det rör sig därför i detta fall om ett viktigt samhällsligt skyddsintresse, något

som enligt Patent- och marknadsdomstolen talar för ett relativt högt vitesbelopp för att säkerställa att föreläggandet följs.

När det gäller den aktuella direktreklamens utformning och innehåll anges bl.a. i utskicken ”██████ tack för ett trevligt samtal! Om du vill veta mer om din Personliga Jackpott, besök: <https://casino.mrgreen.com/sv> [...]” och ”200 Freespins i Mr Green: Moonlight och andra fantastiska spel”. Att ta en önskad personlig kontakt med spelare som har stängt av sig från spel och uppge att spelaren har ett visst antal gratisspel eller locka spelaren att ta reda på vad den högsta möjliga vinsten är innebär att spelaren utsätts för påtryckning. Med hänsyn till att såväl marknadsföringslagens som spellagens syfte är att motverka just sådan påtryckning anser Patent- och marknadsdomstolen att marknadsföringens individuella utformning innebär att graden av otillbörlighet är relativt hög. Även detta talar för ett högt vitesbelopp.

Av utredningen i ärendet framgår att Mr Green har en förhållandevis hög årsomsättning. Mot denna bakgrund och med hänsyn till det viktiga skyddsintresset bakom bestämmelserna i såväl marknadsföringslagen som spellagen, marknadsföringens innehåll och utformning, gör domstolen i likhet med KO bedömningen att vitesbeloppet bör bestämmas till 2 000 000 kronor.

Rättegångskostnader

Enligt 64 § marknadsföringslagen ska 31 kap. rättegångsbalken (1942:740) tillämpas i ärenden vid överklagande av beslut om vitesföreläggande. Vid denna utgång kan, i enlighet med bestämmelserna i 31 kap. rättegångsbalken, inte bli fråga om ersättning för Mr Greens rättegångskostnader.

Patent- och marknadsdomstolen meddelar följande

BESLUT

1. Patent- och marknadsdomstolen lämnar överklagandet utan bifall.
2. Patent- och marknadsdomstolen ändrar Konsumentombudsmannens beslut till följande lydelse: Mr Green Limited förbjuds, vid vite på 2 000 000 kronor, att vid marknadsföring av onlinespel rikta erbjudanden genom e-post och/eller sms till konsumenter som är avstängda från spel genom registrering i Spelinspektionens nationella självavstängningssystem.

HUR MAN ÖVERKLAGAR, se bilaga 2 (PMD-13)

Överklagande, ställt till Patent- och marknadsöverdomstolen, ska med hänsyn till mellankommande helgdag ha kommit in till Patent- och marknadsdomstolen senast den 22 maj 2020. Prövningstillstånd krävs.

Michael Montner

Protokollet uppvisat/

Johanna Nyblom

Beslut

Datum	Dnr
2019-11-20	2019/961

Mr Green Limited
Tagliaferro Business Centre, Level
7
High street
Sliema, SLM 1549
Malta

STOCKHOLMS TINGSRÄTT
PMD:D

INKOM:	2019-12-18
MALNR:	PMÄ 17367-19
AKTBIL:	3

Beslut

Konsumentombudsmannen (KO) förbjuder Mr Green Limited, registreringsnummer C43260, att vid marknadsföring av spelprodukter, rikta erbjudanden till konsumenter som är avstängda från spel genom registrering i Spelinspektionens nationella självavstängningssystem.

Föreläggandet är förenat med ett vite på 2 000 000 kronor.

Information till näringsidkaren

Beslutet innebär inte att näringsidkaren blir skyldig att betala det förelagda vitet. Vitet aktualiseras endast om näringsidkaren överträder beslutet och domstol på KO:s begäran beslutar att näringsidkaren ska betala vitet.

Skäl

Bakgrund

Mr Green Limited [bolaget] marknadsför och säljer olika speltjänster online. Bolaget innehar en licens för onlinespel och vadhållning enligt den nya spellagen som trädde kraft 1 januari 2019. Bolaget är registrerat på Malta. Bolagets årsomsättning uppgick enligt årsredovisningarna för åren 2014, 2015 och 2016 till 40 056 158, 48 544 506 respektive 58 911 431 euro.

I juli 2019 inledde Konsumentverket [myndigheten] ett tillsynsärende mot bolaget mot bakgrund av till myndigheten inkomna anmälningar. Av anmälningarna framkom att bolaget via direktreklam marknadsfört speltjänster gentemot spelare som vid tidpunkten var registrerade i Spelinspektionens nationella självavstängningssystem Spelpaus. En person som är registrerad i systemet är avstängd från allt spel som kräver registrering.

Efter att myndigheten har uppmärksammat bolaget på den otillåtna marknadsföringen har bolaget i yttrande uppgett som anledning till direktreklamen att det uppstått ett konfigurationsfel vad gäller kartläggningen av information mellan kunddatabasen och plattformen för direktreklam. Felet medförde att någon kontroll mot självavstängningssystemet inte genomfördes innan reklamen skickades iväg. Reklamen gick även felaktigt ut till kunder som inte vid tidpunkten hade registrerat sina personnummer hos bolaget. Bolaget har vidare uppgett att systemfelen nu ska vara åtgärdade och att någon direktreklam inte ska gå ut till kunder som är registrerade i systemet.

Myndigheten har gjort bedömningen att bolagets marknadsföring strider mot gällande rätt och överlämnande därför den 22 oktober 2019 ärendet till KO för rättsliga åtgärder.

Tillämpliga regler

Av 1 kap. 2 § spellagen framgår att lagen ska tillämpas på spel som tillhandahålls i Sverige.

I 14 kap. 12 § spellagen anges att en spelare genom en anmälan till spelmyndigheten ska kunna stänga av sig från allt spel som kräver registrering. Spelmyndigheten ska föra ett register över de spelare som är avstängda från spel.

Enligt 15 kap. 2 § spellagen får marknadsföring inte riktas direkt till en spelare som har avstängt sig från spel.

I 15 kap 4 § spellagen anges att marknadsföring som strider mot 15 kap. 2 § vid tillämpningen av 5, 23 och 26 §§ i marknadsföringslagen (2008:486), MFL, ska anses otillbörlig mot konsumenterna.

Enligt 23 § MFL får en näringsidkare vars marknadsföring är otillbörlig förbjudas att fortsätta med denna eller någon liknande åtgärd.

I 26 § MFL anges att ett förbud ska förenas med vite, om det inte av särskilda skäl är obehövligt.

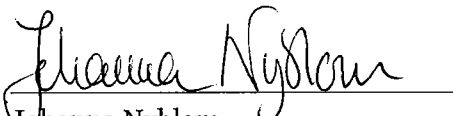
Enligt 28 § MFL får KO i fall som inte är av större vikt, till exempel då rättsläget inte är omstritt, meddela föreläggande om sådant förbud som avses i 23 § MFL. Föreläggandet ska förenas med vite, om det inte av särskilda skäl är obehövligt. KO får bestämma att ett föreläggande ska gälla omedelbart.

Bedömning

Av utredningen i ärendet framgår att bolaget vid åtminstone tre tillfällen i juni 2019 skickat direktreklam till spelare trots att dessa varit registrerade i det nationella självavstängningssystemet, se bilaga 1 och 2. Bolaget vidgår även i ett annat utskick av direktreklam per sms att mottagaren inte har kontrollerats gentemot systemet, se bilaga 3.

Eftersom bolaget har riktat reklam direkt till spelare som vid tidpunkten var avstängda från spel genom registrering i det nationella självavstängningssystemet är marknadsföringen att anse som otillbörlig och bolaget ska därför förbjudas att skicka direktreklam rörande spelprodukter till denna kategori av konsumenter.

Föreläggandet ska förenas med vite eftersom det saknas särskilda skäl däremot. Det framgår av bolagets årsredovisningar för räkenskapsåren 2014, 2015 och 2016 att årsomsättningen uppgick till 40 056 158, 48 544 506 respektive 58 911 431 euro. Med hänsyn till bolagets omsättning och med beaktande av allvarligheten i överträdelserna ska vitesbeloppet, för att förmå bolaget att följa föreläggandet, bestämmas till 2 000 000 kr.


Johanna Nyblom
Processråd

HUR MAN ÖVERKLAGAR

Beslutet överklagas skriftligt. I skrivelsen ska Ni ange vilket beslut som överklagas och vilken ändring i beslutet Ni begär. Skrivelsen ställs till Patent- och marknadsdomstolen men skickas till KO. Överklagandet ska ha kommit in till KO inom tre veckor från den dag Ni fick del av beslutet.

< Mr Green

VA BOTT

onsdag 12 juni 2019



[Redacted] tack för ett trevligt samtal! Om du vill veta mer om Din Personliga Jackpott, besök:
<https://casino.mrgreen.com/sv-SE/promo-dialog?id=din-personliga-jackpott>
Avreg? MRGSTOP till 71140

17:11



Mr Green

Mr Green

onsdag 12 juni 2019

██████ tack för ett trevligt samtal! Om du vill veta mer om Din Personliga Jackpott, besök: <https://casino.mrgreen.com/sv-SE/promo-dialog?id=din-personliga-jackpott> Avreg? MRGSTOP till 71140



Looking for

Mr Green

[https://casino.mrgreen.com/sv-SE/...](https://casino.mrgreen.com/sv-SE/)

17:11

▶ 200 Freespins i Mr Green: Moonlight och andra fantastiska spel



Lär 2019-06-22 19:54

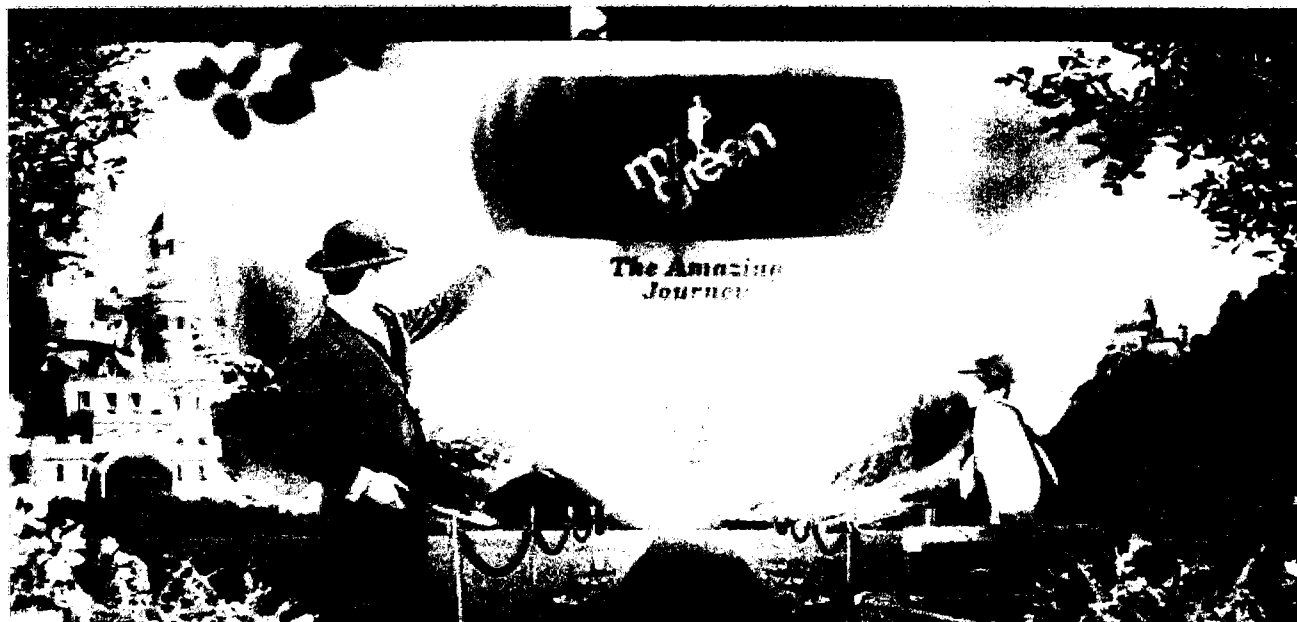


*

**

200 Freespins i Mr Green: Moonlight och andra fantastiska spel

E
GC33 med idag och f03s en matchbonus p0% upp till 1 000 kr och 420 Freespins. [GC33 med int](#)



Matchbonus p0% upp till 1 000 kr PLUS upp till 420

Spelinspektionen
Att. Kristina Antman
Box 199
645 23 Strängnäs

Förfrågan om information

Med anledning av inkomna anmälningar till Konsumentverket gällande direktreklam för spel behöver Konsumentverket inhämta information om huruvida anmälarna är registrerade i avstängningsregistret Spelpaus.

Konsumentverket önskar få information om nedanstående personer är avstängda från licenspliktigt spel, från vilken tidpunkt samt hur länge avstängningen gäller.

- [REDACTED], personnummer 1 [REDACTED]
- [REDACTED], personnummer 1 [REDACTED]
- [REDACTED], personnummer [REDACTED]
-
-
-

Efterfrågad information kan skickas till:

Konsumentverket
Att. Elin Häggeborn
Box 48
651 02 Karlstad

Med vänlig hälsning,

EH

Elin Häggeborn och Ida Hallberg
Tfn: 054-19 40 66 eller 054-19 41 44

KONSUMENTVERKET
KONSUMENTOMBUDSMANNEN

INK. 2019-09-04

Dnr. 2019/961:11

Ordn.nr.

Datum 2019-09-03
Diarienummer 19Si2343

1(3)

Konsumentverket
Att: Elin Häggeborn
Box 48
651 02 Karlstad

Svar på förfrågan om information

På begäran av Konsumentverket lämnas information om avstängda personer i Spelpaus.se. Personerna här inkommit med en anmälan till Konsumentverket gällande att de fått direktmarknadsföring trots att de har en spelpaus via spelpaus.se.

Spelinspektionen inte kan göra utdrag från självavstängningsregistret Spelpaus.se på de efterfrågade uppgifterna därför bifogas i denna skrivelse skärmsklipp från självavstängningsregistret med information om de avstängda personerna.

Spärrad tills vidare innebär att personen kan öppna sin spelpaus tidigast 12 månader efter spelpausens början.

Spärrad t.o.m datum, är så länge som personen är spärrad. Först dagen efter angivet datum är personen aktiv för spel och marknadsföring. Spelinspektionen kan endast se information om en persons pågående avstängning.

Sök efter en person:

[Redigerat]

1 [Redigerat]

Spärrad fr.o.m. 2019-07-29 23:07

Spärrad tills vidare

Redigera

Sök efter en person:

[Redigerad]

Spärrad fr.o.m. 2019-01-01 14:18

Spärrad tills vidare

Redigera

Sök efter en person:

[Redigerad]

Spärrad fr.o.m. 2018-12-31 15:49

Spärrad tills vidare

Redigera



1. Anmälan gäller Mr Green Limited (webbadress www.mrgreen.com) och avser spel online.
2. Mr Green skickar ut sms till spelare där de anger att de inte kan kontrollera status hos Spelpaus eftersom de inte känner till personnummer hos den som sms skickas till. Behöver inte samtliga i Sverige lämna in sitt personnummer för att vara kund hos ett bolag med svensk licens? Personligen tycker jag det är helt vansinne att de försöker undkomma det nya kravet på att kontrollera spelare i registret innan de spelar eller skickar ut marknadsföring. Det står tydligt att reklam inte ska skickas till personer som registrerat sig hos Spelpaus.
3. Sms senast skickat 22 juni 2019 (mottagit flera).

17:26

4G



MrGreen >

inte känner till ditt
personnummer.
Avreg? MRGSTOP till 71140

fredag 16:14

KONSUMENTVERKET	
KONSUMENTOMBUDSMANNEN	
INK.	2019 -06- 2 6
Dnr	_____
Ordn.nr	_____

Fotbollsfesten fortsätter med Eurokval & Dam-VM och French Open drar sig mot sitt slut. Med så mycket att spela på, varför inte ta chansen på veckans kombijackpott: lägg ett kombispel på minst 100 kr med 8+val och 15.00+ i odds för din chans att vinna en andel av 10 000 kr! Läs mer: www.mrgr.ee/zqLv30oSOOR

Vet inte vad du ska spela på?
Ta en titt på våra
oddspecialer: www.mrgr.ee/KRBL30oSOQE

Tyvärr kan vi inte kontrollera din status hos Spelpaus då vi inte känner till ditt personnummer.
Avreg? MRGSTOP till 71140



Meddelande





Hur man överklagar

Beslut i ärenden, Patent- och marknadsdomstolen

PMD-13

Vill du att beslutet ska ändras i någon del kan du överklaga. Här får du veta hur det går till.

Överklaga skriftligt inom 3 veckor

Ditt överklagande ska ha kommit in till domstolen inom 3 veckor från beslutets datum. Sista datum för överklagande finns på sista sidan i beslutet.

Så här gör du

1. Skriv Patent- och marknadsdomstolens namn och målnummer.
2. Förklara varför du tycker att beslutet ska ändras. Tala om vilken ändring du vill ha och varför du tycker att Patent- och marknadsöverdomstolen ska ta upp ditt överklagande (läs mer om prövningstillstånd längre ner).

Om du tar upp nya omständigheter ska du förklara varför du inte fört fram detta tidigare.
3. Tala om vilka bevis du vill hänvisa till. Förklara vad du vill visa med varje bevis. Skicka med skriftliga bevis som inte redan finns i målet.

Det är inte säkert att du kan lägga fram nya bevis. Vill du göra det ska du förklara varför du inte lagt fram bevisen tidigare.

Vill du ha nya förhör med någon som redan förhörts eller en ny syn (till exempel besök på en plats), ska du berätta det och förklara varför.

Tala också om ifall du vill att motparten ska komma personligen vid ett sammanträde.

4. Lämna namn och personnummer eller organisationsnummer.

Lämna aktuella och fullständiga uppgifter om var domstolen kan nå dig: postadresser, e-postadresser och telefonnummer.

Om du har ett ombud, lämna också ombudets kontaktuppgifter.

5. Skriv under överklagandet själv eller låt ditt ombud göra det.
6. Skicka eller lämna in överklagandet till Patent- och marknadsdomstolen. Du hittar adressen i beslutet.

Vad händer sedan?

Patent- och marknadsdomstolen kontrollerar att överklagandet kommit in i rätt tid. Har det kommit in för sent avvisar domstolen överklagandet. Det innebär att beslutet gäller.

Om överklagandet kommit in i tid, skickar Patent- och marknadsdomstolen överklagandet och alla handlingar i målet vidare till Patent- och marknadsöverdomstolen.

Har du tidigare fått brev genom förenklad delgivning kan även Patent- och marknadsöverdomstolen skicka brev på detta sätt.

Prövningstillstånd i Patent- och marknadsöverdomstolen

När överklagandet kommer in till Patent- och marknadsöverdomstolen tar domstolen först ställning till om målet ska tas upp till prövning.

Patent- och marknadsöverdomstolen ger prövningstillstånd i fyra olika fall.

- Domstolen bedömer att det finns anledning att tvivla på att Patent- och marknadsdomstolen dömt rätt.
- Domstolen anser att det inte går att bedöma om Patent- och marknadsdomstolen har dömt rätt utan att ta upp målet.
- Domstolen behöver ta upp målet för att ge andra domstolar vägledning i rättstillämpningen.
- Domstolen bedömer att det finns synnerliga skäl att ta upp målet av någon annan anledning.

Om du *inte* får prövningstillstånd gäller det överklagade beslutet. Därför är det viktigt att i överklagandet ta med allt du vill föra fram.

Vill du veta mer?

Ta kontakt med Patent- och marknadsdomstolen om du har frågor. Adress och telefonnummer finns på första sidan i beslutet.

Mer information finns på www.domstol.se.