

Till  
Marknadsdomstolen

Stockholm den 23 november 2010

**Mål nr C 9/10**  
**Småföretagare mot Yellow Register Online ./ Yellow Register On Line AB**  
**Marknadsföring av Internet-tjänster**

För Småföretagarna får vi härmed tillfoga ett nytt yrkande, bemöta Yellow's inlaga av den 10 september 2010 (ab 21) samt komplettera och redovisa Småföretagarnas bevisning.

Vi får också anmäla jur kand Alexander Jute, verksam vid Advokatfirman för Marknadsrätt, som ombud för Småföretagarna.

**6 Nytt yrkande**

- 6.1 Småföretagarna yrkar att Marknadsdomstolen vid vite av 1.000.000:- eller annat kraftigt verkande vite, förbjuder Yellow att påstå eller ge intryck av att produktionen av en webbplats eller annan komponent som ingår i en sammansatt produkt, erbjuds gratis eller utan någon kostnad, när kostnaden för produktionen eller komponenten i själva verket ingår i det ordinarie pris som köparen skall betala för den marknadsförda sammansatta produkten.

## 7 Grunder för det nya yrkandet

- 7.1 Såsom framgår av Yellow's inlaga är det sk "företagsabonnemang" som bolaget erbjuder en sammansatt produkt – ett "paket" med ett antal komponenter. I paketet ingår produktion av en webbplats, domännamnsavgift, webmail, support, länk från Yellow's företags-"portal", sökordsanmälan samt webhosting. Det *ordinarie priset* för detta paket, vari alltså bl a webbplatsproduktion ingår, är för det första och vart följande år 7.080:- per år (590x12)(8.850:- inkl moms). Se Yellow's inlaga punkter 3.1.10, 3.2.1–3.2.2, 3.11.2–3.11.3, 3.13.1, 3.20.1, 3.25.4 m fl samt bilaga 2 till svaromålet (ab 23); uppgifterna om vad som ingår i paketet varierar men synes i huvudsak vara de som här angivits.
- 7.2 Yellow's inlaga bekräftar också entydigt att paketet genomgående marknadsförs med det bärande argumentet att Yellow erbjuder produktionen av webbplatsen gratis/kostnadsfritt/utan ersättning. Det kunden skall betala – således för annat än den fria webbplatsproduktionen – är "bara" en "abonnemangs"-avgift om 7.080:- per år, dvs paketets ordinarie pris – vilket ju dock, såsom just nämnts, innefattar webbplatsproduktionen. Se Småföretagarnas bilaga 1 och inspelningen i bilaga 5 samt Yellow's inlaga punkterna 3.14.1, 3.20.1, 3.25.3, 3.26.4 m fl och bilagor 3 och 4 till svaromålet (ab 24 och 25).
- 7.3 Det får alltså anses klarlagt att det "företagsabonnemang" Yellow saluför till det ordinarie priset 7.080:-/år innefattar – såsom i praktiken den mest värdefulla och attraktiva komponenten – produktion av en webbplats åt kunden. Likväl påstås i marknadsföringen att webbplatsproduktionen erbjuds kostnadsfritt och att kunden alltså inte behöver betala något för denna.
- 7.4 Att påstå att det ordinarie priset för "företagsabonnemanget" inte innefattar ersättning för webbplatsproduktionen (eller annan viss komponent som ingår i paketet) är såväl företagsekonomiskt, förnuftsmässigt som marknadsrättsligt felaktigt och uppenbart grovt vilseledande. Förfarandet är ägnat att ge det försäljningsfrämjande intrycket att just detta erbjudande från Yellow är särskilt förmånligt – när "abonnemanget" i själva verket erbjuds till sitt ordinarie pris vilket inkluderar webbplatsproduktionen (och andra ingående komponenter).

7.5 För bedömningen saknar det helt betydelse om erbjudandet formuleras så att webbplatsen erbjuds ”gratis”, ”kostnadsfritt”, ”utan kostnad”, ”utan särskild kostnad” eller såsom ”kostnadsfri hemsidesproduktion med tillhörande abonnemang”. Likaså saknar det betydelse om den avgift om 7.080:-/år som skall betalas i förskott, betecknas som abonnemangsavgift för (bara) webhosting eller som abonnemangsavgift för (hela) företagspaketet. Avgörande i båda fallen är ju att priset för webbplatsproduktionen ingår i den avgift som kunden skall betala.

## **8 Rättsliga grunder för det nya yrkandet**

- 8.1 Förfarandet, att beteckna en produkt eller delprodukt såsom ”gratis”, ”kostnadsfri” eller motsvarande när kostnaden ingår i det /ordinarie/ pris som kunden skall betala, strider mot ICCs Grundregler för reklam och marknadskommunikation, Artikel 7 och därmed mot god marknadsföringssed enligt 5§ MFL. Marknadsföringen är sålunda otillbörligt enligt 6§ MFL då den är ägnad att påverka och faktiskt eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.
- 8.2 Förfarandet strider också mot 10§ 4p MFL och är därmed otillbörligt enligt 8§ MFL då det är ägnat att påverka och faktiskt eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.
- 8.3 Slutligen strider förfarandet mot Direktivbilagan, punkt 20, och är därmed alltid otillbörligt enligt 8§ MFL.
- 8.4 Småföretagarna gör gällande att de rättsliga förutsättningarna enligt RB 13:3 för att framställa det nya yrkandet föreligger då det avser samma marknadsföring som tidigare påtalats i målet och för övrigt grundas på omständigheter som synes otvistiga.

## 9           **Yellows bestridande grunder**

- 9.1           I avsnitten 1 och 2 i sitt svaromål yrkar Yellow i första hand att Småföretagarnas yrkanden skall avvisas. I andra (och följande ordningstal) hand bestrids yrkandena på varierande grunder.
- 9.2           Småföretagarna bestrider Yellows avvisningsyrkanden. Vad Yellow eljest anfört i avsnitten 1 och 2 synes inte fordra något tyngande bemötande. Yellows bestridanden föranleder inte någon ändring av Småföretagarnas yrkanden eller talan i övrigt. Dock får Småföretagarna göra följande förtydligande.
- 9.3           Yrkandet under punkt 1.1 c rörande påståendet att ”bolaget inte vill sälja något”, är inte uttryckligen avgränsat mot fall där samtalet *faktiskt* inte syftar till någon försäljning – även om sådana marknadsföringssamtal torde vara mindre vanliga. Tanken har likväl varit att denna avgränsning skulle följa av att hela yrkandet gäller påståenden ”i marknadsföring”, men Småföretagarna medger att yrkandet möjligen blivit oklart i detta avseende och har sålunda inget att invända mot att Marknadsdomstolen vid en förbudsformulering tillfogar lämplig begränsning.

## 10           **Bemötande av Yellows svaromål i övrigt**

- 10.1          Yellows svaromål är mycket omfattande med många upprepningar och spänner i stora delar över sådant som inte alls eller endast perifert berörs av Småföretagarnas talan. Allt detta skall inte bemötas här. Istället inriktar sig Småföretagarna här selektivt på frågor som uppfattas ha mer framträdande beröringspunkter med målet.

### ***Abonnemang och månadskostnad***

- 10.2          Yellow beskriver och försvarar sin affärsidé med ”paketlösning” och ”abonnemang” och menar att ”företagsabonnemanget” är en ändamålsenlig och attraktiv produkt, särskilt för målgruppen mindre och nystartade företag, då den inte fordrar någon initial investering för att komma igång med en webbplats. Det skall därför förtydligas att Småföretagarnas talan inte riktar sig mot Yellows produkt som sådan utan mot dess marknadsföring. I sammanhanget måste likväl anmärkas

att beteckningen ”abonnemang” tillsammans med prisuppgiften 590:- per månad, blir missvisande då ju hela årsavgiften 7.080:- + moms skall betalas direkt i förskott – dessutom ofta innan någon webbplats ens föreligger (jfr t ex svaromålet punkt 3.3.1). Inte heller är det rättvisande att beteckna ”abonnemangs”-priset 7.080:- per år såsom förmånligt. Särskilt med beaktande av den automatiska förlängningen med 24 månader åt gången, blir årsavgiften 7.080:- direkt betungande i jämförelse med andra erbjudanden på marknaden.

### *Samtalsmanus*

- 10.3 Yellow påstår att man inte tillhandahåller eller står bakom något samtalsmanus. Man hävdar alltså att man fritt låter var säljare efter eget huvud lägga upp sitt samtal och sin försäljningsargumentation – begränsad endast av bolagets ”etiska regler”.
- 10.4 Småföretagarna betvivlar starkt denna Yellow's version. Det framstår ju som mer än rimligt besynnerligt och vore helt unikt inom telemarketing att inte tillhandahålla säljarna ett manus eller annan skriftlig instruktion om den produkt som skall marknadsföras, om hur samtalet skall läggas upp, vilka argument som skall framhållas, osv. Detta särskilt i förevarande fall med hänsyn till det stora antalet säljare spridda på olika platser i landet, den stora personalomsättningen och den uppenbart mycket korta ”utbildning” som nyrekryterade säljare erhåller.
- 10.5 Vid bedömningen måste beaktas att Småföretagarna faktiskt ingivit ett samtalsmanus (Småföretagarnas bilaga 1) liksom de många samstämmiga vittnesmålen från säljare om att samtalsmanus erhållits och från olika kunder om att samtalen från Yellow i väsentliga och för målet avgörande delar, på ett sinsemellan likartat sätt, följt just det upplägg som framgår av det ingivna manuset. Detta gäller även vittnesmål från tiden innan Yellow's manus påstås ha gjorts offentligt genom publicering på Internet (se Småföretagarnas nu närslutna **bilagor 11:1-5** och **12:1** och **12:2**).

### *Avtalsmanus, etiska regler och bekräftelsebrev*

- 10.6 Såsom sedvanligt vid telemarketing där avtal ingås direkt i telefonen, spelas avtalssluten in baserade på ett avtalsmanus. Ett sådant avtalsmanus, tillsammans

med ”etiska regler”, har ingivits av Yellow som menar att dessa handlingar utvisar att säljsamtalen går korrekt till.

- 10.7 Såsom noterats i tidigare mål i Marknadsdomstolen redovisar avtalssluten inte vad som förekommit under huvuddelen av samtalet och bär inget vittnesbörd om att vilseledande påståenden eller aggressiva metoder inte förekommit. Därtill kommer att de föreställningar som befästs hos mottagaren under ett långt samtal, såsom exempelvis att det är bråttom, att kunden är särskilt utvald, att webbplatsen erbjuds kostnadsfritt osv, inte undanröjs av de i stressigt tempo upplästa avtalssluten. Avtalsmanuset har alltså ingen som helst relevans vid domstolens bedömning av vad som förevarit under samtalet. Den bedömningen måste istället grundas helt på annat material i målet.
- 10.8 Inte heller synes förekomsten i sig av ”etiska regler” tjäna annat syfte än som skådebröd – med negligerbart vittnesbörd om hur säljarna faktiskt agerar under sina säljsamtal. I förevarande fall – ställda mot mångfalden vittnesutsagor om hur säljarna faktiskt marknadsför ”företagsabonnemanget” – synes Yellow’s ”etiska regler” snarare fungera som en listning av tips om lyckade försäljningsargument.
- 10.9 Då det gäller orderbekräftelser som skickas till nya kunder, kontakter från ”kundvärdinnor” och andra eventuella meddelanden efter avtalsslutet, skall endast slås fast att sådana åtgärder helt saknar betydelse i vårt mål.

***Att kunden är utvald***

***Att beslut måste tas skyndsamt***

- 10.10 Småföretagarnas yrkanden 1.1.a) och b) grundas på att kunder ges föreställningen att de är särskilt utvalda att erhålla en kostnadsfri webbplats som referensobjekt och att beslut måste tas snabbt – annars går erbjudandet till något annat företag. Yellow bestrider att sådana uppgifter eller förespeglningar förekommit.
- 10.11 Småföretagarna vidhåller naturligtvis sin beskrivning av Yellow’s säljmetoder. Till stöd härför har åberopats vittnesförhör, ett flertal samstämmiga utsagor från tidigare säljare och kunder i ljud och tv-upptagningar samt skriftlig dokumentation. Till den tidigare bevisningen önskar Småföretagarna nu foga ett antal polisanmälningar (**bilaga 11**) och domstolsärenden (**bilaga 12**) vilka bekräftar och förstärker Små-

företagarnas tidigare bevisning om vad som förekommer vid säljsamtalen. Den nya bevisningen skall kommenteras närmare nedan i avsnitt 11.

***Att Yellow inte vill sälja något***

- 10.12 Av Småföretagarnas ingivna säljmanus (bilaga 1) och av annan bevisning, bl a tv-inspelningen i bilaga 9, framgår att Yellow's säljare inleder sina samtal med att skapa intrycket att samtalet inte syftar till att sälja något. Yellow invänder här att det säljaren säger är att han/hon inte skall sälja ”någon dyr hemsida” – vilket Yellow menar är en väsentlig skillnad jämfört med Småföretagarnas förbudsyrkande 1.1.c) (förbud att påstå att bolaget inte vill sälja något). Småföretagarna menar dock, för det första, att säljarens nu nämnda uttryckssätt redan i sig är ägnat att inge mottagaren föreställningen att samtalet inte utgör något säljsamtal – när det i själva verket handlar om att sälja en webbplats (dyr eller inte). Därutöver skall klargöras att Småföretagarnas yrkande inte grundas på uppgiften att säljaren inte skall sälja ”någon dyr hemsida” tagen för sig, utan på detta eller liknande uttryckssätt *i förening* med uppgifter som ”jag hade tvärtom tänkt att be dig om lite hjälp” eller annan motsvarande formulering om att den uppringande behöver hjälp med en referens eller eljest erbjuder ett samarbete som inte innefattar någon försäljning eller något köp. Småföretagarna menar alltså att ”inte sälja något” och ”behöver hjälp” (eller liknande) utgör två delar av samma budskap som var för sig och särskilt i förening är ägnade att initialt försätta mottagaren i tron att samtalet handlar om något annat än försäljning. Förfarandet skall bedömas i ljuset av ICCs Regler för reklam och marknadskommunikation, Artikel D9.1.

***Småföretagarnas vittnesutsagor mm***

- 10.13 Yellow försöker med olika angrepp smutskasta och undergräva tilltron till Småföretagarnas medlemmar, åberopade vittnen och personer som uttalat sig i tv och i andra sammanhang.
- 10.14 Det får naturligtvis ytterst bli en fråga för domstolen att bedöma tillförlitligheten hos vittnen och annan bevisning – därvid särskilt beaktande den stora överensstämmelsen mellan Småföretagarnas åberopade vittnesutsagor, tv-program och skriftlig dokumentation i övrigt – ställda mot Yellow's inställning att allt bara handlar om missförstånd och ont förtal.

## 11 Kompletterande bevisning

- 11.1 Inledningsvis får vi beklaga att en såsom bevisning åberopad ljudfil – Småföretagarnas bevispunkt 5.4, vittnesförhör från Attunda tingsrätt i mål T5466-08 med Karolina Bjurehed – inte kom att bifogas med stämningsansökan. Detta förhör bifogas nu på cd-skiva som **bilaga 13**.
- 11.2 Såsom bilagor 3 och 7 med stämningsansökan har Småföretagarna ingivit sammanställningar över ett stort antal domstolsärenden resp polisanmälningar mot Yellow. Yellow har nu efterlyst närmare precisering av vad som åberopas i vart sådant ärende (punkt 3.25.10 i svaromålet). Det skall därför tydliggöras att bilagorna 3 och 7 inte åberopats som bevisning. Syftet med ingivandet har endast varit att illustrera det mycket stora antal domstolsärenden och polisanmälningar där Yellow förekommer samt att mer övergripande ge en bakgrundsbild av den frekventa förekomsten av sådana affärsmetoder som Småföretagarna påtalar i detta mål.
- 11.3 För att likväl konkretisera bilden har Småföretagarna nu valt ut tio polisanmälningar och tio domstolsärenden, vilka åberopas som bevisning (nu ingivna **bilagorna 11 och 12**).
- 11.4 De utvalda fallen sträcker sig i tiden från 2003 (då Yellow bildades) till 2010. Sammanfattat visar materialet att de affärsmetoder som Småföretagarna påtalar i detta mål förekommer frekvent och att de förekommit i huvudsakligen oförändrad form under hela perioden 2003 – 2010.
- 11.5 I det följande skall vart ärende kort kommenteras med angivande av vad som särskilt åberopas. Då det gäller domstolsärenden ingår i vissa fall partsinlagor eller annat material, då det som åberopas bättre beskrivs i dessa handlingar. I kommentarerna nedan används Yellows uttryck ”hemsida” i betydelsen webbplats.



Polisanmälningar Bilaga 11

11.6 **Bilaga 11:1** 1400-K92080-03

Av anmälan framgår att säljaren från Yellow erbjöd en gratis hemsida mot att Yellow fick använda den färdiga hemsidan som referensmaterial. Säljaren påstod också att avtalet omgående skulle undertecknas och faxas åter till Yellow.

11.7 **Bilaga 11:2** 1400-K178495-05

Av anmälan framgår att säljaren från Yellow erbjöd en gratis hemsida i Yellows katalog. Kunden accepterade erbjudandet men det visade sig att hemsidan inte var gratis utan kunden krävdes på betalning om 8.500 kronor.

11.8 **Bilaga 11:3** 1400-K126965-05

Av anmälan framgår att en säljare från Yellow påstod att kunden var en av åtta till tio utvalda kunder i landet som erbjöds en gratis hemsida. Säljaren skickade över en bekräftelse per fax som skulle undertecknas och omgående skickas tillbaka till Yellow.

11.9 **Bilaga 11:4** 1400-K137490-05

Av anmälan framgår att säljaren påstod att denne inte hade för avsikt att sälja något utan erbjöd en gratis hemsida.

11.10 **Bilaga 11:5** 1400-K189716-05

Av anmälan framgår att kunden som Yellow kontaktade, uppgav att Yellow erbjöd en gratis hemsida.

11.11 **Bilaga 11:6** 1400-K4910-06

Av anmälan framgår att Yellow tagit kontakt med kunden och erbjudit en gratis hemsida. I anmälan återfinns även ett brev från anmälaren till Yellow med anledning av deras tidigare relation. Av brevet daterat den 9 februari 2005 kan noteras att Yellow påstår att hemsidan skall vara gratis varför anmälaren menar att den abonnemangskostnad som Yellow erbjuder är tio gånger högre än gängse marknadspris.

**11.12 Bilaga 11:7 1400-K192242-07**

Av anmälan framgår att kunden blev stressad att skriva under avtalet. Efter att kunden skickat in avtalet försökte kunden komma i kontakt med Yellow vilket visade sig vara svårt. Först efter att kunden skickat ett rekommenderat brev fick kunden svar.

**11.13 Bilaga 11:8 1400-K118185-08**

Av anmälan framgår att den drabbade kunden blivit kontaktad av Yellow med påståendet att kunden var utvald och att det var bråttom att teckna avtalet. Vidare framgår att säljaren påstått att hemsidan var gratis i ett år och att andra sidor kostade 40.000 kronor.

**11.14 Bilaga 11:9 1400-K109257-08**

Av anmälan framgår att kunden blev kontaktad av Yellow som påstod att kunden var en av fyra utvalda. Säljaren påstod även att kunden var tvungen att skriva på avtalet inom en timme.

**11.15 Bilaga 11:10 1400-K10198-09**

Av anmälan framgår att säljaren från Yellow påstod att kunden erbjöds en kostnadsfri produktion av en hemsida i utbyte mot att Yellow fick använda den färdiga hemsidan i bolaget Yellows marknadsföring. Kunden uppfattade detta som att hemsidan var gratis.

**Mål i domstol Bilaga 12****11.16 Bilaga 12:1 Dom från Hudiksvalls tingsrätt i mål nummer FT1117-03**

Av domen framgår att Yellow kontaktade kunden med erbjudande om att bli referenskund för hemsidor i Ljusdalsområdet. Yellow påstod att de saknade en kundkrets i området och erbjöd därför att utan kostnad tillverka en hemsida åt bolaget. Enligt säljaren på Yellow var det bråttom att acceptera erbjudandet varför säljaren bad kunden att omedelbart faxa in ett undertecknat avtal.

**11.17 Bilaga 12:2 Svaromål från Östersunds tingsrätt i mål nummer FT 1772-05**

Av svaromålet framgår att säljaren kontaktade bolaget genom en av bolagets an-

ställda som inte var behörig firmatecknare. Säljaren påstod att Yellow erbjöd en gratis hemsida och att det var bråttom att bestämma sig. När de behöriga firmatecknarna fick reda på bakgrunden tog de kontakt med Yellow i syfte att klargöra situationen. Yellow hotade att polisanmäla den anställde för bedrägeri som under-tecknat avtal om inte en behörig firmatecknare signerade avtalet i efterhand. Firmatecknaren kände sig nödgad att göra detta. Yellow återtog talan i målet efter inkommet svaromål och vardera parten stod sin kostnad.

- 11.18 **Bilaga 12:3** *Dom och svaromål från Malmö tingsrätt i mål nummer FT 8102-08*  
Av svaromål och dom framgår att säljaren kontaktade kunden med erbjudande om att kostnadsfritt erhålla en hemsida mot att Yellow fick använda den färdiga sidan som referens. Trots löfte från säljaren om kostnadsfri hemsida blev kunden bunden av ett abonnemang om tolv månader till en kostnad om 590 kronor per månad.
- 11.19 **Bilaga 12:4** *Dom från Örebro tingsrätt i mål nummer FT 3856-08*  
Av domen framgår att säljaren påstod att Yellow inte hade för avsikt att sälja något utan att Yellow behövde hjälp med lokala samarbetspartners och referenser i sin marknadsföring. De som ställde upp som referenskunder skulle få en hemsida helt utan produktionskostnad.
- 11.20 **Bilaga 12:5** *Dom från Örebro tingsrätt i mål nummer FT 3969-08*  
Av domen framgår att säljaren påstod att det var bråttom att skriva på avtalet för att kunna ta del av erbjudandet, att kunden var särskilt utvald och att hemsidan Yellow skulle producera var gratis för kunden.
- 11.21 **Bilaga 12:6** *Dom från Jönköpings tingsrätt i mål nummer FT 171-08*  
Av domen framgår att säljaren påstod att produktionen av hemsidan ingick i abonnemanget vilket enligt säljaren var värt 15.000 – 20.000 kronor. Säljaren hävdade att det var oerhört bråttom att acceptera erbjudandet.
- 11.22 **Bilaga 12:7** *Dom och svaromål från Malmö tingsrätt i mål nummer FT 6560-09*  
Av dom och svaromål framgår att kunden blev uppringd av en säljare från Yellow som påstod att det inte var fråga om något säljsamtal utan att säljaren behövde kundens hjälp. Vidare angav säljaren att kunden var en av fem utvalda lokala

företag på orten och Yellow skulle producera en gratis hemsida åt kunden mot att Yellow fick använda den färdiga sidan som referensmaterial i Yellows egen marknadsföring.

11.23 **Bilaga 12:8** *Dom från Borås tingsrätt i mål nummer FT 2071-08*

Av domen framgår att kunden blev uppringd av en säljare som påstod att Yellow skulle göra en gratis hemsida i demonstrationssyfte. Vidare angav säljaren att det var bråttom att teckna avtalet. Säljaren faxade avtalet till kunden som vid tidpunkten för samtalet befann sig på en bensinstation. Kunden kände sig pressad och accepterade erbjudandet genom att skriva under bekräftelsen och faxa den från bensinstationen till Yellow. Kunden uppfattade inte att det var fråga om att avtal ingicks utan trodde att ytterligare information skulle komma.

11.24 **Bilaga 12:9** *Dom och svaromål från Malmö tingsrätt i mål nummer FT 278-10*

Av dom och svaromål framgår att säljaren påstod att kunden var utvald, att erbjudandet gällde just den dag samtalet företogs, att det var mycket bråttom att acceptera avtalet.

11.25 **Bilaga 12:10** *Dom från Falu tingsrätt i mål nummer FT 2256-09*

Av domen framgår att säljaren påstod att upprättandet av en hemsida var gratis och att kunden endast behövde betala 500 kronor per år. Säljaren påstod att kunden var tvungen att snabbt bestämma sig.

## 12 BEVISNING

12.1 Småföretagarna får härmed redovisa en sammanhållen bevisuppgift, innefattande såväl tidigare som nu ingiven bevisning.

**Bevisuppgiften nedan ersätter alltså den som redovisats i stämningsansökan.**

### Skriftlig bevisning

(Bilagereferenser avser Småföretagarnas bilagor om inte annat anges.)

- 12.2 Bilaga 4 inspelat vittnesförhör från Attunda tingsrätt, mål nummer T5466-08, med [REDACTED] tidigare anställd hos Yellow,  
Bilaga 5 inspelat partsförhör från Örebro tingsrätt, mål nummer FT3969-08, med [REDACTED] tidigare kund hos Yellow,  
Bilagorna 9 och 10 inspelade inslag av SvTs program ”Uppdrag granskning”, sända den 7 november 2007 resp 19 mars 2008,  
Bilaga 11.1 polisanmälan 1400-K92080-03,  
Bilaga 11.3 polisanmälan 1400-K126965-05,  
Bilaga 11.5 polisanmälan 1400-K189716-05,  
Bilaga 11.6 polisanmälan 1400-K4910-06,  
Bilaga 11.7 polisanmälan 1400-K192242-07,  
Bilaga 11.8 polisanmälan 1400-K118185-08,  
Bilaga 12.1 mål nr FT1117-03 (Hudiksvalls tingsrätt),  
Bilaga 12.2 mål nr FT1772-05 (Östersunds tingsrätt),  
Bilaga 12.4 mål nr FT3856-08 (Örebro tingsrätt),  
Bilaga 12.5 mål nr FT 3969-08 (Örebro tingsrätt),  
Bilaga 12.6 mål nr FT 171-08 (Jönköpings tingsrätt),  
Bilaga 12.7 mål nr FT6560-09 (Malmö tingsrätt),  
Bilaga 12.8 mål nr FT 2071-08 (Borås tingsrätt),  
Bilaga 12.9 mål nr FT 278-10 (Malmö tingsrätt) och  
Bilaga 12.10 mål nr FT2256-09 (Falun tingsrätt)

**till styrkande av** att Yellow felaktigt påstått eller givit intryck av att det varit bråttom att acceptera erbjudandet (**yrkande punkt 1.1a**).

- 12.3 Bilaga1 säljmanus som tillhandahålls säljarna på Yellow,  
Bilaga 4 inspelat vittnesförhör från Attunda tingsrätt, mål nummer T5466-08, med [REDACTED] tidigare anställd hos Yellow  
Bilaga 5 inspelat partsförhör från Örebro tingsrätt, mål nummer FT3969-08, med [REDACTED] tidigare kund hos Yellow,  
Bilagorna 9 och 10 inspelade inslag av SvTs program ”Uppdrag granskning”, sända den 7 november 2007 resp 19 mars 2008,  
Bilaga 11.1 polisanmälan 1400-K92080-03,  
Bilaga 11.3 polisanmälan 1400-K126965-05,  
Bilaga 11.8 polisanmälan 1400-K118185-08,  
Bilaga 11.9 polisanmälan 1400-K109257-08,  
Bilaga 12.1 mål nr FT1117-03 (Hudiksvalls tingsrätt),  
Bilaga 12.5 mål nr FT 3969-08 (Örebro tingsrätt),  
Bilaga 12.6 mål nr FT 171-08 (Jönköpings tingsrätt),  
Bilaga 12.7 mål nr FT6560-09 (Malmö tingsrätt),  
Bilaga 12.9 mål nr FT 278-10 (Malmö tingsrätt) och

Bilaga 13 inspelat vittnesförhör från Attunda tingsrätt, mål nummer T5466-08, med [REDACTED], tidigare anställd på ett bolag inom samma koncern som Yellow

**till styrkande av** att Yellow påstått eller givit intryck av att kunden varit utvald (**yrkande punkt 1.1b**).

- 12.4 Bilaga 1 säljmanus som tillhandahålls säljarna på Yellow,  
Bilagorna 9 och 10 inspelade inslag av SvTs program ”Uppdrag granskning”, sända den 7 november 2007 resp 19 mars 2008,  
Bilaga 11.4 polisanmälan 1400-K137490-05,  
Bilaga 12.4 mål nr FT3856-08 (Örebro tingsrätt)

**till styrkande av att** Yellow påstått eller givit intryck av att bolaget inte skulle sälja något (**yrkande punkt 1.1c**).

- 12.5 Bilaga 1 säljmanus som tillhandahålls säljarna på Yellow,  
Bilaga 4 inspelat vittnesförhör från Attunda tingsrätt, mål nummer T5466-08, med [REDACTED], tidigare anställd hos Yellow,  
Bilagorna 9 och 10 inspelade inslag av SvTs program ”Uppdrag granskning”, sända den 7 november 2007 resp 19 mars 2008,  
Bilaga 11.2 polisanmälan 1400-K178495-05,  
Bilaga 11.3 polisanmälan 1400-K126965-05,  
Bilaga 11.4 polisanmälan 1400-K137490-05,  
Bilaga 11.5 polisanmälan 1400-K189716-05,  
Bilaga 11.6 polisanmälan 1400-K4910-06,  
Bilaga 11.10 polisanmälan 1400-K10198-09,  
Bilaga 12.1 mål nr FT1117-03 (Hudiksvalls tingsrätt),  
Bilaga 12.2 mål nr FT1772-05 (Östersunds tingsrätt),  
Bilaga 12.3 mål nr FT8102-08 (Malmö tingsrätt),  
Bilaga 12.4 mål nr FT3856-08 (Örebro tingsrätt),  
Bilaga 12.5 mål nr FT 3969-08 (Örebro tingsrätt),  
Bilaga 12.7 mål nr FT6560-09 (Malmö tingsrätt),  
Bilaga 12.8 mål nr FT 2071-08 (Borås tingsrätt),  
Bilaga 12.9 mål nr FT 278-10 (Malmö tingsrätt),  
Bilaga 12.10 mål nr FT2256-09 (Falun tingsrätt),  
Yellows bilaga 2 till svaromålet (ab 23) Yellows Orderbekräftelse,  
Yellows bilaga 3 till svaromålet (ab 24) Yellows ”etiska regler” och  
Yellows bilaga 4 till svaromålet (ab 25) Yellows ”etiska regler”

**till styrkande av** att Yellow påstått att webbsidesproduktionen och/eller hela erbjudandet varit gratis/kostnadsfritt när priset i själva verket varit 7.080:- + moms (eller mer) per år (**yrkande punkt 6.1**).

Muntlig bevisning

## 12.6 Förhör med

[REDACTED]

Nås via advokatbyråns adress.

[REDACTED] har tidigare varit anställd som säljare hos Yellow. Han skall höras om sitt arbete hos Yellow, bolagets försäljningsmetoder samt de arbetsinstruktioner som arbetsgivaren lämnade honom

**till styrkande av** att Yellow använder sig av det säljmanus som framgår av bilaga 1, erbjudandet inte var unikt eller att mottagarna inte var särskilt utvalda, att det inte var bråttom att acceptera erbjudandet samt att syftet med avtalet var att sälja Yellows abonnemang.

## 12.7 Förhör med

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

tel: [REDACTED]

[REDACTED] har tidigare varit anställd hos Yellow. Hon skall höras om sitt arbete hos Yellow, bolagets försäljningsmetoder samt de arbetsinstruktioner som arbetsgivaren lämnade henne

**till styrkande av** att Yellow använder sig av det säljmanus som framgår av bilaga 1, att erbjudandet inte är unikt eller att mottagarna inte är särskilt utvalda, att det inte är bråttom att acceptera erbjudandet samt att syftet med avtalet är att sälja Yellows abonnemang.

Stockholm som ovan

Daniel Tornberg

Alexander Jute

**Bilagor**

11. Tio exemplifierande polisanmälningar mot Yellow 2003–2010 .
12. Tio exemplifierande domstolsärenden där Yellow är part 2003–2010.
13. Inspelat vittnesförhör från Attunda tingsrätt, mål nummer T5466-08, med [REDACTED] tidigare anställd på ett bolag inom samma koncern som Yellow, cd-skiva.