



BLENDOW

LEXNOVA

LEXNOVA NYHETER

## Förlorade 150 miljoner på kasino - spelbolag slipper betala ersättning

Publicerad

16 MAR 2021

*En man som förlorat 150 miljoner kronor på nätkasino stämde ett dotterbolag till spelbolaget Betsson. Han får nej i Patent- och marknadsdomstolen som vid bedömningen av om marknadsföringen har varit aggressiv beaktar att bolaget inte har vetat om att mannen var spelberoende innan han bad bolaget att stänga ner hans spelkonto.*

Den 48-åriga mannen var under åren 2009-2014 kund hos BML Group och spelade på bolagets onlinekasino. Han satte sammanlagt in 709 625 euro på sitt spelkonto hos BML Group. Den totala summan som han omsatte på BML Groups onlinekasino uppgick till 14 969 491 euro, alltså cirka 150 miljoner kronor.

BML Group skickade under den aktuella perioden personadresserad direktreklam till 48-åringen via e-post och sms-meddelanden. Den 2 oktober 2014 kontaktade han BML Group och begärde att bolaget skulle stänga ner hans spelkonto vilket bolaget gjorde den 14 oktober 2014. Han sökte därefter läkarhjälp och diagnostiserades då som spelberoende.

Tvisten i detta mål handlar om huruvida mannen har rätt till återbetalning från BML Group samt om bolaget är skyldigt att betala skadestånd till honom för fysiskt och psykiskt lidande.

### Obehörig vinst

Mannen anger flera grunder för sin talan, bland annat obehörig vinst. Eftersom den värdeförskjutning som har ägt rum har haft stöd i parternas avtal har den, enligt domstolen, inte saknat rättslig grund. Den vinst som BML Group har gjort har därmed inte varit obehörig.

48-åringens yrkande om betalning av de belopp som han har spelat för kan således inte bifallas på den grunden att BML Group har gjort en obehörig vinst på hans bekostnad.

Även om mannens talan är uppbyggd på det sättet att hans påståenden om att BML Group har använt rättsstridiga affärsmetoder som står i strid med svarta listan eller marknadsföringslagen (2008:246), MFL, ska beaktas vid bedömningen av om vinsten har varit obehörig vilket domstolen inte ansett finns det, enligt Patent- och marknadsdomstolen, anledning för domstolen att pröva dessa omständigheter för sig.

## **Slippa lida rättsförlust**

Ett skäl för att även dessa omständigheter bör prövas är att en part inte ska lida rättsförlust på grund av att denne har åberopat fler omständigheter (i det här fallet påståendet om att vinsten ska ha varit obehörig) än de som krävs för att erhålla ersättning enligt lag. Principen om att domstolen känner lagen (jura novit curia) medför att domstolen inte kan bortse från att lagen ger en part rätt även om denne har bett domstolen att beakta ytterligare omständigheter som enligt vad som framgår av lagen är överflödiga.

I likhet med parterna anser också domstolen att MFL är tillämplig på i målet aktuell marknadsföring som har varit på svenska och riktat sig till en person som är bosatt i Sverige.

Domstolen bedömer om bolagets agerande står i strid med lagstridighetsprincipen men den anser inte domstolen tillämplig. Eftersom BML Group har skickat ut aktuella e-postmeddelanden och sms-meddelanden från Malta träffas dessa åtgärder inte av främjandeförbudet i 38 § lotterilagen även om bestämmelsen i och för sig skulle anses vara tillämplig på en spelanordnarens egen marknadsföring.

Någon marknadsföring i strid med lagstridighetsprincipen föreligger därmed inte.

Nästa fråga om marknadsföringen stått i strid med punkterna 26 och 31 i svarta listan. Av punkten 26 i svarta listan framgår att det under alla omständigheter är otillbörligt att en näringsidkare tar upprepade och oönskade kontakter per telefon eller e-post med en konsument.

## **Saknade förmåga tacka nej till reklam**

Enligt Patent- och marknadsdomstolen saknas skäl att ifrågasätta 48-åringens uppgifter om att han, på grund av att han varit spelberoende, har saknat förmåga att tacka nej till marknadsföring från BML Group. Detta är emellertid inte tillräckligt för att bestämmelsen i punkten 26 ska bli tillämplig. Det som enligt bestämmelsen är förbjudet är när näringsidkaren trots att denne har fått information om att konsumenten inte vill bli kontaktad fortsätter att kontakta denne.

Enligt punkten 31 i svarta listan ska det under alla omständigheter anses vara otillbörligt att en näringsidkare marknadsför en vara eller en tjänst på så sätt att konsumenten oriktigt får intryck av att denne redan vunnit eller kommer att vinna ett pris eller en förmån, eventuellt efter att först ha utfört en särskild handling, när det i själva verket inte finns något pris eller förmån alternativt när möjligheten att göra anspråk på priset eller förmånen är beroende av att konsumenten betalar pengar eller ådrar sig en kostnad.

48-åringen har gjort gällande att BML Groups marknadsföring av bonuserbudanden medför att den som mottar dessa utskick oriktigt får intryck av att denne redan har erhållit eller kommer att erhålla en bonus.

Enligt Patent- och marknadsdomstolen kan den första delen av meddelandena skapa ett oriktigt intryck som gör att den som mottar meddelandet tror att denne redan har erhållit en bonus, men eftersom det

av informationen som följer framgår att bonusen måste omsättas på visst sätt kan meddelandena när de läses i sin helhet inte anses ge mottagaren ett sådant intryck.

## Strider inte mot svarta listan

Utifrån detta kan marknadsföringen inte anses stå i strid med bestämmelsen i punkten 31 i svarta listan.

Har då marknadsföringen har varit aggressiv enligt 7 § MFL? Enligt Patent- och marknadsdomstolen vinner 48-åringens uppgifter om att BML Group har kunnat följa hans spelande och i viss mån anpassat sin marknadsföring efter hans beteende stöd av den skriftliga bevisningen samt de uppgifter som en av honom återopad statistiker har lämnat i sin rapport och även i det förhör som har hållits med henne.

Vid bedömningen av om marknadsföringen har varit aggressiv måste domstolen även beakta att det, som domstolen konstaterat ovan, inte är visat att BML Group har vetat om att 48-åringen var spelberoende innan han i oktober 2014 bad bolaget att stänga ner hans spelkonto.

Vid en sammantagen bedömning finner domstolen att det inte är visat att bolaget, som inte känt till 48-åringens spelberoende, har utnyttjat ett speciellt missöde eller liknade omständighet för att påverka hans beslut i fråga om bolagets tjänster. Marknadsföringen kan därför inte anses ha varit aggressiv i enlighet med bestämmelsen i 7 § MFL.

Mannen nekas slutligen en miljon kronor i skadestånd för personskada.

Han förlorar målet i sin helhet och måste betala drygt två miljoner kronor i rättegångskostnader till motparten.

**Mikael Kindbom**

---

Instans: Patent- och marknadsdomstolen

Rättsområden: [Konsumenträtt](#), [Marknadsrätt](#), [Compliance - övrigt](#), [Köprätt](#)

### LEXNOVA NYHETER

## Juridisk nyhetsbevakning och rättsdatabas

Blendow Lexnova är Sveriges mest omfattande juridiska nyhetstjänst. Vår bevakning innefattar rättsfall, lagstiftning och förarbeten inom samtliga rättsområden. Genom skräddarsydda bevakningsprofiler säkerställer du kontinuerlig uppdatering av rätt information och slipper nyhetsflöden som inte berör dig.

Läs mer på [lexnova.se/nyheter](https://lexnova.se/nyheter)