

FJORDKRAFT AS

Dokumentet blir kun sendt pr. e-post

Deres ref.

Vår ref.

Dato:

Sak nr: 23/1987-3

22.06.2023

Saksbehandler: Mari Bakke Akslen

Dir.tlf: 990 84 659

Villedende markedsføring – Forbrukertilsynet ber om innrettelse

1 FORBRUKERTILSYNET BER OM INNRETTELSE

Forbrukertilsynet viser til vårt varsel om vedtak til Fjordkraft AS (**Fjordkraft**) av samme dato som dette brevet. Der har vi varslet at vi vil fatte vedtak med tilhørende tvangsmulkt for brudd på markedsføringsloven med forskrifter og angrerettloven.

Som beskrevet i varselet om vedtak, gjennomførte Forbrukertilsynet i mars 2023 en kontroll av de 20 største aktørene i strømbransjen i Norge basert på antall forbrukerkunder per 01.02.2023. Fjordkraft er én av disse 20 aktørene. Bakgrunnen for kontrollen er nærmere beskrevet i varselet om vedtak.

I tillegg til lovbruddene vi har tatt opp i varselet om vedtak, avdekket Forbrukertilsynet i kontrollen også andre forhold hos Fjordkraft som vi mener er ulovlige, se punkt 4 nedenfor.

Forbrukertilsynet ber om at Fjordkraft **snarest mulig og senest 11.08.2023** endrer eller stanser markedsføring som vi anser at er i strid med markedsføringsloven, som spesifisert nedenfor. Vi ber om en bekreftelse fra dere senest samme dato på at dette er gjort.

Vi ber konkret om at Fjordkraft i all markedsføring:

- i Gir opplysninger om at Fjordkrafts strømvavtaler kan sammenlignes med andre avtaler på Forbrukerrådets strømprisportal, med hyperlenke til Forbrukerrådets strømprisportal, og presenterer dette på en klar og hensiktsmessig måte. Dette

gjelder i all markedsføring av avtaler som utgjør en oppfordring til kjøp etter markedsføringsloven § 8 fjerde ledd. Se nærmere i punkt 4.3 nedenfor.

- ii Gir alle vesentlige opplysninger om kredittverdighet som kvalifiseringsvilkår for alle avtaler hvor et slikt forbehold gjelder. Dette gjelder i all markedsføring av avtaler som utgjør en oppfordring til kjøp etter markedsføringsloven § 8 fjerde ledd. Se nærmere i punkt 4.4.1 nedenfor.
- iii Gir alle vesentlige opplysninger om grense for forventet årsforbruk som kvalifiseringsvilkår for alle avtaler hvor slikt forbehold gjelder. Dette gjelder i all markedsføring av avtaler som utgjør en oppfordring til kjøp etter markedsføringsloven § 8 fjerde ledd. Se nærmere i punkt 4.4.2 nedenfor.
- iv Gi alle vesentlige opplysninger om fakturagebyr og størrelsen på fakturagebyret for alle avtaler som har slikt gebyr. Dette gjelder i all markedsføring som utgjør en oppfordring til kjøp jf. markedsføringsloven § 8 fjerde ledd. Se nærmere i punkt 4.5 nedenfor.

Bakgrunnen for at vi varsler vedtak om visse lovbrudd, mens vi foreløpig kun ber om innrettelse for andre lovbrudd, er en totalvurdering av den ulovlige praksisen.

2 REGELVERKET SOM ER RELEVANT I SAKEN

2.1 Generelt om forbudet mot urimelig handelspraksis

Markedsføringsloven (mfl.) § 6 første ledd forbyr «*urimelig handelspraksis*». Det følger av loven at en handelspraksis er urimelig dersom den «*strider mot god forretningsskikk*» overfor forbrukere, og er egnet til «*vesentlig å endre forbrukernes økonomiske atferd slik at de treffer beslutninger de ellers ikke ville ha truffet*». Markedsføring er en form for handelspraksis, jf. mfl. § 5 bokstav d.

Det følger av bestemmelsens fjerde ledd at en handelspraksis alltid er urimelig dersom den er villedende etter mfl. §§ 7 eller 8.

2.2 Villedende markedsføring

2.2.1 Krav til all markedsføring

Det følger av mfl. § 7 at en handelspraksis er villedende dersom den inneholder «*uriktige opplysninger og dermed er usannferdig*» eller «*på annen måte er egnet til å villedde forbrukerne*» med hensyn til ett eller flere av momentene som fremgår i bokstav a til h. I tillegg må praksisen være egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en økonomisk beslutning som de ellers ikke ville ha truffet.

Mens mfl. § 7 sier noe om når en handelspraksis kan være villedende ut fra det som uttrykkelig sies, bestemmer lovens § 8 at en handelspraksis også kan være villedende dersom vesentlige opplysninger er utelatt eller skjult.

Etter mfl. § 8 er en handelspraksis villedende dersom den i sin konkrete sammenheng, eller etter en helhetsvurdering, utelater eller skjuler vesentlige opplysninger som forbrukeren trenger for å ta en informert økonomisk beslutning.

Ved vurderingen av om opplysninger er utelatt, skal det tas i betraktning plass- eller tidsmessige begrensninger ved mediet som brukes til å formidle handelspraksisen, og eventuelle tiltak fra den næringsdrivende for å gjøre opplysningene tilgjengelige for forbrukerne på annen måte, jf. mfl. § 8 første ledd andre punktum.

Videre er handelspraksisen også villedende etter mfl. § 8 dersom opplysningene presenteres på en uklar, uforståelig, tvetydig eller uhensiktsmessig måte.

Praksisen anses likevel bare som villedende etter mfl. § 8 dersom den er egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en økonomisk beslutning de ellers ikke ville ha truffet. Det er ikke et krav at forbrukerne faktisk treffer en økonomisk beslutning på bakgrunn av den villedende markedsføringen.¹ Det er nok at handelspraksisen er egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en slik beslutning som de ellers ikke ville ha truffet. Bestemmelsen rammer vidt, og en økonomisk beslutning kan være alt fra en beslutning om å inngå en avtale, en beslutning om å avstå fra å inngå en avtale, en beslutning om å sammenlikne en avtale med andre avtaler, eller en beslutning om å avstå fra å gjøre dette.

Vurderingen av om markedsføringen er egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en økonomisk beslutning som de ellers ikke ville ha truffet, tar utgangspunkt i en vanlig forbruker, en «gjennomsnittsforbruker». Etter praksis fra Markedsrådet forutsettes gjennomsnittsforbrukeren *«etter festnet praksis å være alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velunderrettet»*, jf. MR-2019-327, punkt 4. Markedsrådet, som viser til praksis fra EU-domstolen (sak C-210/96, avsnitt 31), legger videre til grunn at en gjennomsnittsforbruker er en *«kritisk person, som opptrer bevisst og oppmerksomt på markedet, og som etter undersøkelser av varenes kvalitet og pris treffer effektive valg. Det*

¹ Bestemmelsene i markedsføringsloven bygger i stor grad på direktiv om urimelig handelspraksis (2005/29/EC). Begrepet *«økonomisk beslutning»* er brukt i markedsføringsloven i stedet for direktivets begrep *«transaksjonsbeslutning»*, men begrepene har samme betydning. Direktivet definerer *«transaksjonsbeslutning»* i art. 2 bokstav k slik: *«enhver beslutning som forbrukeren treffer om hvorvidt, hvordan eller på hvilke vilkår vedkommende kjøper, betaler helt eller delvis, beholder eller avhender et produkt eller utøver en avtalefestet rett knyttet til produktet, enten forbrukeren beslutter å foreta en slik handling eller avstår fra det»*.

må stilles visse krav til en gjennomsnittskonsumers evne til kritisk vurdering av markedsføringsbudskap (...) », jf. MR-2019-327 punkt 4.

2.2.2 Opplysninger som alltid er vesentlige ved «oppfordring til kjøp»

Mens kravene omtalt over gjelder alle former for markedsføring, stiller mfl. § 8 særlige krav til markedsføring som utgjør «oppfordring til kjøp». Med oppfordring til kjøp menes kommersiell kommunikasjon som inneholder informasjon om ytelsens egenskaper og pris og dermed setter forbruker i stand til å foreta et kjøp, jf. mfl. § 8 fjerde ledd. Lovens forarbeider forutsetter at enhver markedsføring i form av kommersiell kommunikasjon der det er angitt en pris på en nærmere identifisert ytelse, i utgangspunktet anses som en kjøpsoppfordring.²

Hva som i praksis utgjør en kjøpsoppfordring må vurderes konkret i hvert enkelt tilfelle. Eksempler på kjøpsoppfordringer for strømavtaler er en nettside som angir en avtale og viser et priselement for den aktuelle avtalen. Det er ikke nødvendig at forbruker i den aktuelle kommunikasjonen (markedsføringen) faktisk gis en mulighet til å inngå en avtale.³

Ved oppfordring til kjøp anses en del angitte opplysninger som vesentlige, jf. mfl. § 8 tredje ledd. Blant annet regnes følgende opplysninger som vesentlige:

- Opplysninger om ytelsens hovedegenskaper, i relevant omfang for mediet og ytelsen,
- Opplysninger om prisen inklusive avgifter, eller, hvis ytelsens art gjør at prisen ikke med rimelighet kan utregnes på forhånd, hvordan prisen beregnes.

I tillegg fastsetter prisopplysningsforskriften (prisf.) § 20 hvilke opplysninger som anses vesentlige ved markedsføring av strømavtaler, jf. mfl. § 8. Disse tilleggskravene ved markedsføring av strømavtaler er fastsatt med hjemmel i mfl. § 10 tredje ledd.

Opplysningene som angis i prisf. § 20 skal inntas i markedsføringen av strømavtaler når markedsføringen regnes som en kjøpsoppfordring. Formålet med disse uttrykkelige kravene ved markedsføring av strømavtaler er å sikre at forbrukere får tilstrekkelig med opplysninger til å kunne sette seg inn i og forstå hva slags avtale det er snakk om, slik at forbrukere kan ta informerte valg.

Følgende opplysninger regnes etter prisf. § 20 som vesentlige ved markedsføring av strømavtaler som utgjør oppfordring til kjøp:

- Om avtaletypen er spotpris, fastpris, standard variabel eller annen.

² Ot.prp.nr.55 (2007-2008) punkt 7.4.2.1.

³ C-122/10 Sverige/Ving, avsnitt 27-33

- Alle obligatoriske priselementer og størrelsen på disse. Dersom størrelsen på priselementene som strømleverandøren fastsetter ikke med rimelighet kan utregnes på forhånd, skal det fremgå hvordan prisen beregnes.
- Avtalens og priselementenes varighet, herunder eventuelle garantiers varighet, dersom denne er begrenset.
- Eventuell bindingstid og eventuelt bruddgebyr.
- Perioden det må forskuddsbetales for, dersom avtalen krever forskuddsbetaling.
- Eventuelle vilkår for å kvalifisere for avtalen.
- At eventuelle tilleggstjenester som tilbys ikke er obligatoriske.
- At avtalen kan sammenlignes med andre avtaler på Forbrukerrådets strømprisportal. Ved oppfordring til kjøp fremsatt digitalt, skal hyperlenke til Forbrukerrådets strømprisportal inntas.

Dersom markedsføring utgjør en «*oppfordring til kjøp*», og opplysningene etter mfl. § 8 tredje ledd eller prisf. § 20 annet ledd ikke er inntatt, er skjult eller er presentert på en uklar, uforståelig, tvetydig eller uhensiktsmessig måte, vil markedsføringen i utgangspunktet være villedende og forbudt. Dette gjelder likevel bare dersom denne mangelen ved markedsføringen er egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en økonomisk beslutning de ellers ikke ville ha truffet.

3 DE FAKTISKE FORHOLDENE I SAKEN

3.1 Fjordkrafts markedsføring av strømvtaler

Forbrukertilsynet undersøkte markedsføring av strømvtaler på Fjordkrafts nettsider i uke 10 og 11 i mars 2023. På forsiden av Fjordkrafts hjemmeside fjordkraft.no, markedsføres avtalen «*Strøm til spotpris*».

Vedlegg 1 Fjordkraft hjemmeside – markedsføring «*Strøm til spotpris*»

I toppmenyen øverst på siden kan man klikke på nedtrekksmenyen «*Strøm*», og deretter på «*Strømvtaler, Bestill strøm på 1-2-3*». Ved å klikke seg inn her, kommer man inn til en side med markedsføring for avtalene «*Spot*» og «*Spot + forvaltning*». På samme side er det også informasjon om en kommende, ny avtale som heter «*Spot + fast*», hvor forbrukere kan melde sin interesse.

Vedlegg 2 Resultat av å klikke på «*Strøm*» og «*Strømvtaler, Bestill strøm på 1-2-3*», i nedtrekksmenyen

I markedsføringen for avtalen «*Spot*», kan man klikke på «*Mer informasjon om strøm til spotpris*» for å komme inn på presentasjonssiden av avtalen, heretter kalt landings siden. I markedsføringen av «*Spot + forvaltning*» kan man trykke på «*Mer informasjon*» for å komme inn på landings siden for denne avtalen

Vedlegg 3 Landings side «Strøm til spotpris»

Vedlegg 4 Landings side «Spot med forvaltning»

3.2 Markedsføring på oversiktssiden

Ved å navigere helt nederst på hjemmesiden, under «*Privat*» og «*Strømvavtaler*», kan man klikke på «*Alle strømvavtaler*». Herfra kommer man inn på en side med oversikt over alle Fjordkrafts strømvavtaler, inndelt i kategorier for avtale typene «*Spotpris*», «*Variabel*», «*Forvaltning*» og «*Organisasjon og medlemsavtaler*».

Vedlegg 5 Side med oversikt over alle Fjordkrafts strømvavtaler

Ved å klikke på de respektive avtale kategoriene, får man opp markedsføring av Fjordkrafts strømvavtaler i den aktuelle kategorien, inndelt i henholdsvis tilgjengelige avtaler og avtaler som er utgått fra salg. I markedsføringen for de tilgjengelige avtalene fremgår enkelte opplysninger som påslag og månedsgebyr, samt evt. bruddgebyr og bindingstid. I markedsføringen av de tilgjengelige avtalene kan man klikke på «*Bestilling og vilkår*», for så å komme inn på landings siden for den aktuelle avtalen, der ytterligere informasjon og mulighet for å gjennomføre bestilling av avtalen fremgår.

Vedlegg 6 Oversikt over Fjordkrafts spotprisavtaler

Vedlegg 7 Oversikt over variabelavtaler

Vedlegg 8 Resultat av å klikke på «*NO2 Sør Norge*» under «*Variabel*»-kategorien

Vedlegg 9 Oversikt over Fjordkrafts forvaltningsavtaler

Unntaket gjelder for «*Organisasjon og medlemsavtaler*», hvor det kun fremgår navn på de ulike avtalene. Hvert enkelt avtalenavn inneholder en hyperlenke til landings siden for den aktuelle avtalen, og her fremgår ytterligere informasjon og mulighet for bestilling av avtalen.

Vedlegg 10 Oversikt over Fjordkrafts medlems- og organisasjonsavtaler

Nederst på listen over utgåtte avtaler ligger det en lenke som heter «*Avtaler utgått for salg*». Ved å klikke på denne får man opp en oversiktsside over organisasjonsavtaler som ikke lengre er tilgjengelige for nytegning.

Vedlegg 11 Oversikt over utgåtte organisasjonsavtaler

3.3 Lenke til Forbrukerrådets strømprisportal

I markedsføringen av «*Strøm til spotpris*» på hjemmesiden, er det ikke inntatt informasjon om at avtalen kan sammenlignes på forbrukerrådets strømprisportal, se vedlegg 1. Det er heller ikke inntatt lenke til strømpris.no.

Markedsføringen på landingssidene til «*Strøm til spotpris*» og «*Spot med forvaltning*» har relativt lik oppbygning, der avtalenavn, og 2-3 opplysninger om fordeler ved avtalen fremgår helt øverst på siden. Direkte under dette, inne i en boks, fremgår enkelte opplysninger som påslag og månedsgebyr. I boksen, vis a vis opplysningene, ligger også «*Gå til bestilling*»-knappen. Ved å trykke på denne kommer man inn i bestillingsportalen der man kan gjennomføre bestillingen av avtalen. Under boksen fremgår ytterligere opplysninger om avtalen.

Vedlegg 12 Bilde av det man ser når man klikker seg inn på landingssiden til «*Strøm til spotpris*»

Vedlegg 13 Bilde av det man ser når man klikker seg inn på landingssiden til «*Spot med forvaltning*»

Helt nederst på landingssiden ligger følgende opplysning: «*Du kan sammenligne strømavtaler på Forbrukerrådets strømprisportal*». Ordet «*strømprisportal*» inneholder en hyperlenke til strømpris.no.

3.4 Nærmere om avtalevilkårene

Avtalevilkårene for den enkelte avtale er tilgjengelig via lenke i markedsføringen på avtalens landingsside. Avtalevilkårene til Fjordkrafts tilgjengelige strømavtaler har lik oppbygning, der punkt 1-3 er like for alle avtalene, mens punkt 4-5 er tilpasset den enkelte avtalen.

Vedlegg 14 Avtalevilkår «*Strøm til spotpris*»

Vedlegg 15 Avtalevilkår «*Spot med forvaltning*»

Vedlegg 16 Avtalevilkår «*Solstrøm*»

3.4.1 Grense for maksforbruk

I avtalevilkårene punkt 2 bokstav a står følgende:

«Strømavtalene som er beskrevet nedenfor er forbeholdt personkunder med et forventet årlig forbruk opptil 50000kWh.»

3.4.2 Kredittvurdering

I avtalevilkårene punkt 2 bokstav b står følgende:

« Fjordkraft har rett til å foreta kredittvurdering av potensielle og eksisterende kunder og kunne avslå/avslutte leveranse, kreve garanti eller forskuddsbetaling fra kunder dersom resultatet av kredittvurderingen gir saklig grunn for det.»

3.4.3 Fakturagebyr

I avtalevilkårene punkt 3 bokstav g står følgende:

«Faktura sender som hovedregel til kunden som papirfaktura. Fjordkraft anbefaler e-faktura eller annen elektronisk forsendelsesmåte. Dersom kunden velger en annen fakturatype kan det komme fakturagebyr i tillegg, etter de til enhver tid gjeldende satser.»

Ved å trykke på «gjeldende satser» får man tilgang til en side der det fremgår at gebyr for papirfaktura er kr 79.

Vedlegg 17 Side med gjeldende satser for fakturagebyr

4 FORBRUKERTILSYNET VURDERINGER

4.1 Markedsføringen av den enkelte strømvartalen utgjør en oppfordring til kjøp

Markedsføringen av strømvartaler på Fjordkrafts hjemmeside, med markedsføring av «*Strøm til spotpris*» og «*Spot + forvaltning*», markedsføringen av tilgjengelige avtaler på oversiktssiden, og markedsføringen på den enkelte avtales landingsside, se eksemplene i vedlegg 1-9, utgjør etter Forbrukertilsynets vurdering klart kommersiell kommunikasjon. Markedsføringen inneholder opplysninger om egenskaper ved den enkelte avtalen og priselementer, som dermed setter forbrukeren i stand til å ta en beslutning om å inngå den aktuelle avtalen. Markedsføringen er dermed klart å regne som en oppfordringer til kjøp, jf. mfl. § 8 fjerde ledd

Når markedsføringen utgjør en oppfordring til kjøp, er det krav til at den skal inneholde vesentlige opplysninger som forbrukeren trenger for å ta en informert økonomisk beslutning. Kravene til opplysning som følger av prisf. § 20 bokstav a til h gjelder da også, siden disse bestemmelsene angir hvilke opplysninger som alltid er vesentlige ved oppfordring til kjøp av avtaler om elektrisk kraft.

4.2 Plassmessige begrensninger

Forbrukertilsynet har utelukkende kontrollert markedsføring på Fjordkrafts egne hjemmesider. På hjemmesidene foreligger det ikke relevante, plassmessige begrensninger

ved mediet. Alle vesentlige opplysninger skal derfor fremgå direkte av markedsføring med oppfordring til kjøp på hjemmesiden, jf. mfl. § 8.⁴

4.3 Manglende opplysning om, og henvisning til, Forbrukerrådets strømprisportal

Opplysning om at strømvartalen kan sammenlignes med andre avtaler på Forbrukerrådets strømprisportal er en vesentlig opplysning som det skal opplyses om i markedsføringen av avtalen, og ved kjøpsoppfordringer digitalt skal det også inntas hyperlenke til portalen, jf. prisf. § 20 bokstav h, jf. mfl. § 8 tredje og fjerde ledd. Videre følger det av mfl. § 8, første ledd at vesentlige opplysninger ikke må utelates eller presenteres på en uklar eller uhensiktsmessig måte.

I markedsføringen av «*Strøm til forvaltning*» på Fjordkrafts hjemmeside, se vedlegg 1, fremgår ingen opplysning om at strømvartalen kan sammenlignes på Forbrukerrådets strømprisportal, se vedlegg 1.

Når man først klikker seg inn på landingssiden for hver av avtalene «*Strøm til spotpris*» og «*Spot med forvaltning*», se vedlegg 12 og 13, ser man avtalenavnet, 2-3 vesentlige opplysninger om avtalen og boksen med opplysninger om priselementer og knapp til bestillingsportal. For å få tilgang til ytterligere opplysninger om avtalen, må altså forbrukeren navigere seg forbi boksen med prisopplysninger og bestillingsknappen. Opplysningen om at avtalen kan sammenlignes på Forbrukerrådets strømprisportal, med hyperlenke til portalen, fremgår først helt nederst på landingssiden, se vedlegg 3 og 4.

Fordi knappen til bestillingsportalen ligger inne i boksen, vis a vis opplysningen om avtaletype og priselementer, fremstår det som om at all vesentlig informasjon om avtalen fremgår her, og at bestilling av avtalen kan gjennomføres på bakgrunn av disse opplysningene. Forbrukeren gis dermed ikke noe insentiv til å skulle søke seg nedover på landingssiden for å lete etter eventuelt ytterligere, vesentlige opplysninger om avtalen.

Dette medfører en betydelig risiko for at forbrukeren aldri vil se opplysningen om mulighet for sammenligning av strømvartalen på Forbrukerrådets strømprisportal eller lenken til portalen. Etter vårt syn er dermed opplysningen om at strømvartalen kan sammenlignes på Forbrukerrådets strømprisportal, med lenke til portalen, presentert på en uklar og uhensiktsmessig måte.

Forbrukertilsynet anser dermed at Fjordkraft i markedsføringen av avtalene «*Strøm til spotpris*» og «*Spot med forvaltning*», se vedlegg 1, 3 og 4, utelater og skjuler en vesentlig opplysning som forbruker trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning.

⁴ Sak C-611/14 Canal Digital Danmark A/S 26 oktober 2016 punkt 62 og 63.

Den vesentlige opplysningen som mangler og er skjult i markedsføringen, er at avtalen kan sammenlignes med andre avtaler på Forbrukerrådets strømprisportal, med lenke til portalen, jf. mfl. § 8, jf. prisf. § 20 bokstav h.

Den uhensiktsmessige plasseringen av opplysningen øker risikoen for at forbrukeren ikke foretar en sammenligning av den aktuelle avtalen. Å vurdere om man skal, eller ikke skal, klikke på en lenke til strompris.no for å sammenligne avtalen, er i seg selv en økonomisk beslutning. Etter Forbrukertilsynets vurdering er utelatelsen og den uhensiktsmessige presentasjonen av informasjonen, egnet til å påvirke forbrukere til å ta en økonomisk beslutning de ikke ellers ville tatt.

Forbrukertilsynet vurderer at Fjordkrafts markedsføring av strømvitalene «*Strøm til spotpris*» og «*Spot med forvaltning*» er villedende etter mfl. § 8.

Markedsføringen utgjør dermed en urimelig handelspraksis i strid med forbudet i mfl. § 6 første ledd, jf. fjerde ledd.

4.4 Manglende opplysning om kvalifiseringsvilkår i markedsføringen

4.4.1 Manglende opplysninger om krav til kredittverdighet

Som nevnt har Fjordkraft i avtalevilkårene for samtlige strømvitaler tatt forbehold om kredittvurdering av nye og eksisterende kunder, og forbeholdt seg retten til å «*avslå/avslutte leveranse, kreve garanti eller forskuddsbetaling*» dersom resultatet av kredittvurderingen gir saklig grunn for det.

Dette innebærer at både nye og eksisterende kunder som ikke anes tilstrekkelig kredittverdige kan risikere å bli avvist, få sitt avtaleforhold avsluttet, eller bli påkrevd en form for garanti eller forskuddsbetaling. Kravet til kredittverdighet utgjør et kvalifiseringsvilkår. Et kvalifiseringsvilkår er å anse som en vesentlig opplysning etter prisf. § 20 bokstav f, jf. mfl. § 8 tredje og fjerde ledd. Opplysninger om retten til å foreta kredittvurdering, og konsekvensene av ikke å være kredittverdig, skal da fremgå av markedsføringen.

Forbrukertilsynet kan ikke se at står noe om kredittvurdering eller adgangen til å avslå kunder mv. ved saklig grunn i markedsføringen av noen av Fjordkrafts avtaler. Dette gjelder på markedsføringen på hjemmesiden, på oversiktssiden og på langingsiden for hver enkelt avtale, se eksemplene i vedlegg 1-9.

Forbrukertilsynet anser dermed at Fjordkraft i markedsføringen av alle avtaler utelater vesentlige opplysninger som forbruker trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning. De vesentlige opplysningene som mangler er opplysninger kredittvurdering og

virksomheter av at kunden ikke anses tilstrekkelig kredittverdige jf. mfl. § 8, jf. prisf. § 20 bokstav f. Under enhver omstendighet er disse opplysningene ikke presentert på en hensiktsmessig måte som setter forbruker i stand til å ta en informert økonomisk beslutning.

Etter vårt syn vil opplysningene om kredittvurdering være svært viktig for forbrukere som av ulike grunner ikke er kredittverdige. Dersom opplysningene fremgår av markedsføringen, vil forbrukere som eventuelt har betalingsanmerkninger e.l. ikke risikere å inngå en avtale som de så får avslag på. Forbruker kunne i et slikt tilfelle valgt å ikke bytte avtale, eller å inngå en annen avtale uten en slik begrensning som Fjordkrafts avtaler har. Forbrukertilsynet vurderer på denne bakgrunn at manglende opplysninger om kredittvurdering og adgangen til å avslå kunder, avslutte eksisterende avtaleforhold og kreve forskuddsbetaling eller garanti ved saklige grunner, er egnet til å påvirke forbrukere med dårlig eller usikker økonomi til å inngå en avtale som de ellers ikke ville gjort dersom informasjonen var gitt i markedsføringen.

Forbrukertilsynet vurderer at Fjordkraft i all markedsføring på hjemmesiden av strømvitalene som utgjør en oppfordring til kjøp, se eksemplene i vedlegg 1-9, er villedende etter mfl. § 8.

Markedsføringen utgjør dermed en urimelig handelspraksis i strid med forbudet i mfl. § 6 første ledd jf. fjerde ledd.

4.4.2 Manglende opplysning om grense for forventet årsforbruk

I avtalevilkårenes generelle del punkt 2 bokstav a fremgår det som nevnt for samtlige av Fjordkraft strømvitaler at avtalen er forbeholdt personkunder med et forventet årlig forbruk på opptil 50 000 kWh.

Fordi dette vilkåret medfører at avtalen ikke kan inngås som forutsatt i markedsføringen dersom kunden har et forventet årsforbruk over 50 000 kWh, utgjør dette et kvalifiseringsvilkår. Som nevnt anses opplysninger om kvalifiseringsvilkår som en vesentlig opplysning ved oppfordring til kjøp av kraftavtaler, jf. prisf. § 20 bokstav f, jf. mfl. § 8 tredje og fjerde ledd, og skal fremgå av markedsføringen.

Forbrukertilsynet kan ikke se at Fjordkraft informerer om dette vilkåret i markedsføringen av noen av Fjordkrafts strømvitaler på hjemmesiden som utgjør en oppfordring til kjøp, se eksemplene i vedlegg 1-9.

Forbrukertilsynet anser dermed at Fjordkraft i markedsføringen av alle avtaler utelater en vesentlig opplysning som forbruker trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning. Den vesentlige opplysningen som mangler er opplysning om grense for forventet årsforbruk på 50 000 kWh, jf. mfl. § 8, jf. prisf. § 20 bokstav f. Under enhver omstendighet er

opplysningen ikke presentert på en hensiktsmessig måte som setter forbruker i stand til å ta en informert økonomisk beslutning.

Opplysningen om at avtalene kun er tilgjengelige for kunder med forventet forbruk opptil 50 000 kWh, er helt avgjørende for kunder med forbruk over denne grensen. Dersom opplysningene fremgår av markedsføringen, vil forbrukere som eventuelt har høyere forbruk enn dette ikke risikere å inngå en avtale som de så får avslag på. Forbruker kunne i et slikt tilfelle valgt å ikke bytte avtale, eller å inngå en annen avtale uten en slik begrensning som Fjordkrafts avtaler har. Forbrukertilsynet vurderer på denne bakgrunn at manglende opplysninger om maksimumsgrensen for forbruk er egnet til å påvirke forbrukere til å inngå en avtale som de ellers ikke ville gjort dersom informasjonen var gitt i markedsføringen.

Forbrukertilsynet vurderer at Fjordkraft i all markedsføring på hjemmesiden av strømtalene som utgjør en oppfordring til kjøp, se eksemplene i vedlegg 1-9, er villedende etter mfl. § 8.

Markedsføringen utgjør dermed en urimelig handelspraksis i strid med forbudet i mfl. § 6 første ledd jf. fjerde ledd.

4.5 Manglende opplysninger om fakturagebyr

Av Fjordkrafts avtalevilkår punkt 3 bokstav g, med henvisning til gjeldende satser på hjemmesiden, følger det som nevnt det påløper et fakturagebyr på kr 79 ved papirfaktura, se vedlegg 17.

Etter prisf. § 20 bokstav b, følger det at opplysninger om avtalens obligatoriske priselementer anses som vesentlige opplysninger og skal fremgå av markedsføring av strømtalene med oppfordring til kjøp, jf. mfl. § 8 første ledd jf. tredje ledd.

Fakturagebyret er et obligatorisk priselement i den forstand at kunden ved inngåelse av avtalen forplikter seg til dette priselementet dersom man mottar papirfaktura.

Forbrukertilsynet kan ikke se at opplysninger om papirfakturagebyr fremgår i markedsføringen av noen av Fjordkrafts strømtalene på hjemmesiden som utgjør en oppfordring til kjøp, se eksemplene i vedlegg 1-9.

Forbrukertilsynet anser dermed at Fjordkraft i markedsføringen utelater en vesentlig opplysning som forbruker trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning. Den vesentlige opplysningen som mangler er opplysninger fakturagebyr og gebyrets størrelse, jf. mfl. § 8, jf. prisf. § 20 bokstav b. Under enhver omstendighet er opplysningen ikke presentert på en hensiktsmessig måte som setter forbruker i stand til å ta en informert økonomisk beslutning.

Fakturagebyret utgjør mer enn fastbeløpet for samtlige avtaler som tilbys av Fjordkraft. Opplysning om papirfakturagebyr er relevant både ved sammenligning av avtalen opp mot andre avtaler, og ved vurdering av avtaleinngåelse, som begge utgjør økonomiske beslutninger. Etter Forbrukertilsynets vurdering er derfor utelatelsen av opplysningen om papirfakturagebyr som egnet til å påvirke en forbrukere til å treffe en økonomisk beslutning de ellers ikke ville truffet.

Forbrukertilsynet vurderer at Fjordkraft i all markedsføring på hjemmesiden av strømvitalene som utgjør en oppfordring til kjøp, se eksemplene i vedlegg 1-9, er villedende etter mfl. § 8.

Markedsføringen utgjør dermed en urimelig handelspraksis i strid med forbudet i mfl. § 6 første ledd, jf. fjerde ledd.

5 FORBRUKERTILSYNET BER OM FØLGENDE

Forbrukertilsynet mener at Fjordkraft har brutt markedsføringsloven og prisopplysningsforskriften i denne saken. Vi ber derfor om at Fjordkraft sørger for å innrette all sin markedsføring i samsvar med dette brevet, se oppsummeringen i punkt 1 i-iv ovenfor, **snarest mulig og senest 11.08.2023**

Vi ber om en **bekreftelse fra dere senest samme dato** på at de aktuelle endringene, eventuelt stans av den aktuelle markedsføringen, er gjort.

Dersom Fjordkraft mener det faktum Forbrukertilsynet har lagt til grunn i saken er uriktig, eller har kommentarer til våre vurderinger, ber vi om at beskjed om dette med eventuell begrunnelse sendes til oss innen samme frist.

For det tilfelle at dere ikke innretter deres markedsføring i henhold til våre synspunkter, minner vi om at vi ved brudd på markedsføringsloven eller annen lovgivning som Forbrukertilsynet håndhever, kan vi fatte vedtak om forbud, påbud, tvangsmulkt og i visse tilfeller overtredelsesgebyr, jf. mfl. §§ 39-42. Vedtak kan også rettes mot personer eller selskaper som har medvirket til lovbruddene.

Med hilsen

Tonje Drevland e.f.
underdirektør

Mari Bakke Akslen
juridisk seniorrådgiver

Dokumentet er godkjent elektronisk og har derfor ingen håndskrevet signatur