

Motkraft AS

Dokumentet blir kun sendt pr. e-post

Deres ref.

Vår ref.

Dato:

Sak nr: 23/2024-2

22.06.2023

Saksbehandler: Kristin Beate von Hanno Bast

Sørum

Dir.tlf: 990 84 658

Villedende markedsføring og mangler ved prisliste - Forbrukertilsynet ber om innrettelse

1 INNLEDNING

Forbrukertilsynet har kontrollert enkelte forhold på Motkraft AS (**Motkraft**), org.nr. 927 605 538, sin hjemmeside. Vi har avdekket flere forhold som vi mener er ulovlige. Lovbruddene gjelder markedsføringen av Motkrafts strømvtaleside, samt mangler ved prislisten på Motkrafts hjemmesider.

Forbrukertilsynet presiserer at vi kun har vurdert lovligheten av forholdene som vi har tatt opp i dette brevet. Det kan være andre forhold som strider mot lovens krav selv om vi ikke nå har tatt opp dette med selskapet. Vi understreker at det er selskapets ansvar at all markedsføring og annen praksis er i tråd med gjeldende regelverk. De forhold vi tar opp nå, må derfor ikke forstås som en godkjenning av eventuelt ulovlige forhold som ikke er påpekt av Forbrukertilsynet i denne omgang.

2 FORBRUKERTILSYNET BER OM INNRETTELSE

Forbrukertilsynet ber om at Motkraft **snarest mulig og senest 11.08.2023** endrer eller stanser markedsføring som vi anser at er i strid med markedsføringsloven, som spesifisert nedenfor i punkt i-iii.

Forbrukertilsynet ber også om at Motkraft gjør prislisen lett tilgjengelig på sin hjemmeside, og på en klar og tydelig måte inntar opplysning om at avtalen kan sammenlignes med andre avtaler på Forbrukerrådets strømprisportal. Se nærmere i punkt 6.6 nedenfor.

Vi ber om en bekreftelse fra dere senest samme dato på at dette er gjort.

Vi ber konkret om at Motkraft i all markedsføring:

- i Gir opplysning om hva slags avtaletype som markedsføres. Dette gjelder all markedsføring av avtalen som utgjør en oppfordring til kjøp etter markedsføringsloven § 8 fjerde ledd. Se nærmere i punkt 6.3 nedenfor.
- ii Gir alle vesentlige opplysninger om fakturagebyr og størrelsen på dette. Dette gjelder all markedsføring av avtalen som utgjør en oppfordring til kjøp etter markedsføringsloven § 8 fjerde ledd. Se nærmere i punkt 6.4 nedenfor.
- iii Gir opplysning om at strømvartalen kan sammenliknes med andre avtaler på Forbrukerrådets strømprisportal, med hyperlenke til www.strompris.no, og sørger for at opplysningene gis på en hensiktsmessig måte. Dette gjelder i all markedsføring av avtaler som utgjør en oppfordring til kjøp etter markedsføringsloven § 8 fjerde ledd. Se nærmere i punkt 6.5 nedenfor.

3 BAKGRUNN FOR SAKEN – FORBRUKERUTFORDRINGER PÅ STRØMMARKEDET OG KONTROLL GJENNOMFØRT I MARS 2023

Forbrukertilsynet er et offentlig forvaltningsorgan, og fører tilsyn med at næringsdrivende overholder kravene i markedsføringsloven med forskrifter, angrerettloven m.m.

I Barne- og familiedepartementets tildelingsbrev til Forbrukertilsynet for 2023 fremgår det blant annet at Forbrukertilsynet skal prioritere å føre tilsyn med *markedsføring og avtalevilkår* på strømmarkedet. Dette reflekterer de utfordringene mange forbrukere opplever på strømmarkedet.

Det er svært mange kraftleverandører som tilbyr strømvartaler til forbrukere. Det er hovedsakelig pris og måten prisen fastsettes på som skiller de ulike strømvartalene. Med de siste års strømpriser, hvor strømreregningen gjør et stort innhugg i de fleste forbrukeres økonomi, er det avgjørende at kraftleverandørene setter forbrukere i stand til å ta informerte valg av strømvartale. Dette gjelder spesielt når mange forbrukere opplever det som komplisert å forstå strømmarkedet og strømpriser. Det er da viktig at markedsføringen av strømvartaler gir forbruker riktige og fullstendige opplysninger om avtalen.

Markedsføringsloven stiller en rekke krav til markedsføring av og vilkår i strømvtaler, og 01.11.2022 trådte endringer i prisopplysningsforskriften i kraft. Formålet med endringene i forskriften er å styrke forbrukervernet på strømmarkedet. Det er blant annet innført krav til deler av markedsføringen av strømvtaler og krav til prislistene på aktørenes hjemmesider. Kravet til prisliste styrker forbrukers mulighet til å sette seg inn i sin eksisterende avtale, slik at forbruker kan sammenligne denne med andre aktuelle strømvtaler. Fordi forbrukerne kan ha løpende avtaler som ikke lenger tilbys, skal strømlleverandører ha en fullstendig og oppdatert pris- og vilkårsliste på sin hjemmeside. Det betyr at alle kunder skal finne den avtalen de har i prislisten selv om den aktuelle avtalen ikke lenger tilbys nye kunder.

Forbrukertilsynet gjennomførte i mars 2023 en kontroll av at strømbørsen overholder utvalgte, grunnleggende forbrukervernregler. Strømbørsen består av omtrent 90 ulike aktører som alle tilbyr strømvtaler til privatkunder.¹ Av hensyn til effektiv ressursbruk har Forbrukertilsynet valgt å rette kontrollen mot de 20 største aktørene i strømbørsen basert på oversikt mottatt fra Elhub AS over antall forbrukerkunder per 1. februar 2023. Disse 20 aktørene har til sammen cirka 85 prosent av det totale antall forbrukerkunder på strømmarkedet. Motkraft er en av disse 20 aktørene.

I kontrollen undersøkte vi følgende forhold:

- Om markedsføring av strømvtaler på strømlleverandørenes nettsider oppfylder kravene i markedsføringsloven ved markedsføring som setter forbruker i stand til å foreta kjøp.
- Om aktørene har lovpålagt prisliste tilgjengelig på sine nettsider, og om prislisten fyller lovens krav.
- Om aktørene før avtaleinngåelse opplyser om angrerett i tråd med lovens krav.

4 REGELVERK SOM ER RELEVANT I SAKEN

4.1 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.

¹ 173 kraftselskaper som selger strøm til kunder i privatmarkedet basert på oversikten fra Elhub AS per 01.02.2023, Mange av disse er nettselskaper som har kunder på pliktstrøm, eller aktører som ikke tilbyr avtaler til privatkunder, men som likevel av ulike grunner registrert med et fåtall privatkunder

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

4.2 Villedende markedsføring

4.2.1 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 markedsføringsloven § 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 markedsføringsloven § 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.² 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

² 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*».

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 opptreer bevisst og oppmerksomt på markedet, og som etter undersøkelser av varenes kvalitet og pris treffer effektive valg. Det må stilles visse krav til en gjennomsnittsforbrukers evne til kritisk vurdering av markedsføringsbudskap (...)*», jf. MR-2019-327 punkt 4.

4.2.2 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.³

Hva som i praksis utgjør en kjøpsoppfordring må vurderes konkret i hvert enkelt tilfelle. Eksempler på kjøpsoppfordringer for strømvavtaler er en nettside som angir en avtale og viser et prislelement for den aktuelle avtalen. Det er ikke nødvendig at forbruker i den aktuelle kommunikasjonen (markedsføringen) faktisk gis en mulighet til å inngå en avtale.⁴

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 strømvavtaler, jf. mfl. § 8. Disse tilleggskravene ved markedsføring av strømvavtaler er fastsatt med hjemmel i mfl. § 10 tredje ledd.

³ Ot.prp.nr.55 (2007-2008) punkt 7.4.2.1.

⁴ C-122/10 Sverige/Ving, avsnitt 27-33

Opplysningene som angis i prisle § 20 skal inntas i markedsføringen av strømvavtaler når markedsføringen regnes som en kjøpsoppfordring. Formålet med disse uttrykkelige kravene ved markedsføring av strømvavtaler 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 prisle § 20 som vesentlige ved markedsføring av strømvavtaler som utgjør oppfordring til kjøp:

- Om avtaletypen er spotpris, fastpris, standard variabel eller annen.
- Alle obligatoriske priselementer og størrelsen på disse. Dersom størrelsen på priselementene som kraftleverandøren 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 prisle § 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.

4.3 Krav til prisliste

I prisle § 21 er det fastsatt krav om at strømleverandører som selger elektrisk kraft til forbrukere skal ha en prisliste.⁵ Kravene til prisliste er fastsatt med hjemmel i mfl. § 10 andre og tredje ledd.

⁵ Det samme følger i stor grad av prisopplysningsforskriften § 11 jf. § 10, men § 21 tydeliggjør det nærmere innholdet til prisopplysningene ved salg av elektrisk kraft til forbrukere.

Formålet bak kravene til prisliste er å gjøre det enklere å navigere i tilbudet av strømvavtaler, slik at forbrukeren kan treffe godt informerte valg.⁶ Kravene til prisliste sikrer at forbruker enkelt skal kunne finne priser og vilkår for samtlige avtaler fra den aktuelle strømlleverandøren, for å kunne sammenligne disse eller bare for å orientere seg om sin nåværende avtale selv om den ikke er åpen for nytegning.

Prislisten skal inneholde en samlet oversikt over priser og vilkår for alle leverandørens ulike avtaler, herunder avtaler som ikke lenger tilbys, men som leverandøren har aktive kundeforhold på, jf. prisf. § 21 annet ledd. I prislisten skal hver avtale per prisområde angis med navn på avtalen, avtaletypen, pris og lenke til avtalevilkår. Dersom strømlleverandøren opererer med ulike priselementer på de samme kraftavtalene, skal det opplyses om laveste og høyeste pris i form av et prisintervall fra–til, jf. prisf. § 21 tredje ledd. Prislisten skal også inneholde informasjon om at forbrukeren kan sammenlikne avtalen med andre avtaler på Forbrukerrådets strømprisportal.

En naturlig forståelse av begrepet prisliste, er en liste med en samlet fremstilling der opplysningene kategoriseres og systematiseres i en skjematisk fremstilling. Også formålet bak kravet til prisliste tilsier at listen må være fremstilt nettopp som en liste med kategorisering av informasjonen som skal fremgå.

Alle opplysningene som nevnt i bestemmelsen skal presenteres på en «klar og tydelig måte», jf. forskriften § 21 første ledd andre punktum.

5 NÆRMERE OM SAKENS FAKTISKE SIDE

5.1 Kort om Motkraft Norge AS

Forbrukertilsynet undersøkte nettsiden til Motkraft (www.motkraft.no) under kontrollen perioden 07.03.-21.03.2023.

Vedlegg 1 Hovedside Motkraft, 07.03.2023

I en oversikt Forbrukertilsynet har mottatt fra Elhub AS, fremgår det at Motkraft per 01.02.2023 hadde [REDACTED] forbrukerkunder.

5.2 Markedsføringen på nettsidene

Øverst på hovedsiden til Motkraft står overskriften: «*Strømselskapet som utfordrer bransjen. Hvorfor betale mer enn du må?*». Under overskriften er det to bestillingsknapper; én grønn

⁶ Jf. høringsnotat av 08.04.2022 fra Barne- og familiedepartementet og Olje- og energidepartementet om forslag til endringer i prisopplysningsforskriften og forskrift om kraftomsetning og nettjenester, tilgjengelig [her](#).

knapp med påskriften «Bli kunde», og den andre har påskriften «Bli kunde med vipps». Under står det «29 kr i mnd + 2 øre pr kWh i påslag. Helt uten bindingstid.»

Vedlegg 2 Utsnitt «Strømselskapet som utfordrer bransjen»

Ved å gå et stykke nedover på siden står overskriften «Vår avtale Den ingen andre har!» Under står det mer om avtalen, blant annet at «Avtalen koster 29 kroner i måneden. I tillegg kommer et påslag på to øre (0,02 kroner) per kWh» Under teksten står en grønn knapp med påskriften «Bli kunde».

Vedlegg 3 Utsnitt «Vår avtale Den ingen andre har!»

Helt nederst på hovedsiden er det et felt i en delvis annen farge, og en kolonne med overskriften «Lenker». Under står lenken «Strømvavtalen». Ved å trykke på denne lenken kommer man til en ny side med overskriften «Vår strømvavtale».

Vedlegg 4 Siden «Strømvavtalen», 07.03.2023

Ved å gå nesten helt nederst på siden, får man opp en boks med overskriften «Hvorfor betale mer enn du må? Vi fikser alt for deg. Bli kunde på 2 minutter.» Under står det informasjon om månedsbeløp og påslag, samt en grønn bestillingsknapp med påskriften «Bli kunde hos Motkraft».

Vedlegg 5 Utsnitt «Hvorfor betale mer enn du må?»

5.3 Prislisten

For å finne Motkrafts prisliste, må forbruker navigere seg helt nederst på hovedsiden i et felt som har en noe annen fargenyanselse enn siden for øvrig. Her står det en kolonne med overskriften «Lenker», hvor det blant annet står lenker med navnene «Kundeservice» og «Artikler». Ved å trykke på den nest nederste lenken med navnet «Strømvavtalen», kommer man til siden hvor prislisten fremgår, se vedlegg 4.

Øverst på siden med overskriften «Vår strømvavtale», presenteres strømvavtalen i to kolonner med nøkkelopplysninger. Den ene kolonnen er kalt «Tidligere strømvavtale», og fremstår å ha gjeldt frem til 01.03.2023. Den andre kolonnen er kalt «Ny strømvavtale», og gjelder fra 01.03.2023. I tilknytning til presentasjonen av avtalene står det på venstre side «Sammenligning av avtaler», og under en lenke med påskriften «Trykk her for sammenligning av avtaler». Denne lenken fører til Forbrukerrådets strømprisportal.

Vedlegg 6 Utsnitt prislisten, 20.03.2023

5.4 Fakturagebyr i Motkrafts avtalevilkår

Motkrafts avtalevilkår kan finnes ved å trykke på lenken som heter «*Les vilkårene våres her*» i kolonnen for den nye avtalen på siden «*Strømvåtalen*». Dette fører til en ny side med overskriften «*Strømvåtale Motkraft*», hvor avtalen er presentert. I avtalevilkårenes punkt «4. *Produkt-/tjenestespesifikke betingelser*» står det blant annet i punkt «4.2 *Betalingsbetingelser*»:

«*Efaktura: Gebyrfritt*

Papirfaktura: Kr 6 per papirfaktura»

Vedlegg 7 Avtalevilkår for strøm, 07.03.2023

6 FORBRUKERTILSYNETS VURDERINGER

6.1 Motkrafts markedsføring av avtalen utgjør kjøpsoppfordringer

Markedsføringen av Motkrafts strømvåtale slik den fremgår i vedlegg 1 og 4 (se utsnitt i vedlegg 2-3 og 5), utgjør åpenbart kommersiell kommunikasjon. Hver enkelt av disse stedene på hovedsiden hvor avtalen presenteres, inneholder opplysninger om egenskaper ved avtalen og priselementer, som dermed setter forbrukeren i stand til å ta en beslutning om å inngå den aktuelle avtalen. Hver enkelt av disse sidene er dermed klart å regne som oppfordringer til kjøp, jf. mfl. § 8 fjerde ledd.

Når en markedsføring utgjør en oppfordring til kjøp, er det som nevnt krav til at markedsføringen skal inneholde vesentlige opplysninger som forbrukeren trenger for å ta en informert økonomisk beslutning, jf. mfl. § 8. 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 ved avtaler om elektrisk kraft.

6.2 Ingen plassmessige begrensninger på hjemmesidene

Forbrukertilsynet har utelukkende kontrollert markedsføring på Motkrafts 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. markedsføringsloven § 8.⁷

⁷ Sak EU-domstolens dom i sak C-611/14 Canal Digital Danmark A/S av 26. oktober 2016, avsnitt 62 og 63.

6.3 Manglende informasjon om avtaletype

På hovedsiden, i markedsføringen under avsnittene «*Strømselskapet som utfordrer bransjen*» og «*Vår avtale Den ingen andre har!*», se vedlegg 2-3, mangler det opplysninger om hva avtaletypen er. Dette mangler også på siden «*Strømvartalen*», i markedsføringen under avsnittet «*Hvorfor betale mer enn du må?*» se vedlegg 5.

Som nevnt følger det av prisf. § 20 bokstav a at strømleverandøren skal angi «*om avtalen er spotpris, fastpris, standard variabel eller annen*» i all markedsføring som innebærer en kjøpsoppfordring. Informasjon om avtaletypen er å anse som en vesentlig opplysning som det skal opplyses om i markedsføringen av strømvartalen, jf. prisf. § § 20 bokstav a, jf. mfl. § 8 tredje og fjerde ledd. Det skulle derfor vært opplyst om at avtalen er en spotprisavtale.

Forbrukertilsynet anser dermed at Motkraft i markedsføringen av sin avtale utelater en vesentlig opplysning som forbruker trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning. Den vesentlige opplysningen som mangler er opplysning om at det er en spotprisavtale, jf. mfl. § 8 jf. prisf. § 20 bokstav a. Under enhver omstendighet er denne opplysningen ikke presentert på en hensiktsmessig måte som setter forbruker i stand til å ta en informert økonomisk beslutning.

Forbrukertilsynet vurderer at opplysninger om hvilken avtaletype som markedsføres er helt essensielt for forbruker å vite. For en forbruker vil det være avgjørende å vite at dette er en spotprisavtale der kostnaden vil variere. Ved å få denne opplysningen kan forbruker vurdere om han skal velge denne spotprisavtalen, eller om det er en annen avtale eller avtaletype som passer ham bedre. Forutsetningen for at en forbruker skal kunne gjøre en sammenligning av avtalen med andre avtaler, er at forbruker vet hvilke avtaletyper han sammenligner. Forbrukertilsynet vurderer på denne bakgrunn at manglende angivelse av avtaletypen er egnet til å påvirke forbrukere til å inngå en avtale de ellers ikke ville gjort dersom informasjonen var gitt i markedsføringen.

Forbrukertilsynet vurderer dermed at Motkrafts markedsføring av strømvartalen, slik markedsføringen fremgår av vedlegg 2,3 og 5 er villedende etter mfl. § 8.

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

6.4 Manglende opplysninger om fakturagebyr i markedsføringen

Av Motkrafts avtalevilkår følger det at e-faktura er kostnadsfritt, mens papirfaktura koster kr 6.

Som nevnt følger det av prisf. § 20 bokstav b at strømleverandøren skal angi «*alle obligatoriske priselementer og størrelsen på disse*» i all markedsføring som utgjør en kjøpsoppfordring.

Gebyr for papirfaktura er obligatorisk i den forstand at kunden ved inngåelse av avtalen forplikter seg til dette priselementet for de tilfellene at man ikke har e-faktura. Dette gjelder også selv om kunden i etterkant aktivt kan velge en annen betalingsmåte enn papirfaktura, og dermed ikke blir belastet med fakturagebyr.

Forbrukertilsynet kan ikke se at opplysninger om fakturagebyr for papirfaktura fremgår i noe av markedsføringen som er inntatt i vedlegg 2, 3 eller 5.

Forbrukertilsynet anser dermed at Motkraft i markedsføringen av sin avtale utelater en vesentlig opplysning som forbruker trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning. Den vesentlige opplysningen som mangler er opplysning om alle obligatoriske priselementer i form av fakturagebyr, jf. mfl. § 8 første ledd jf. prisf. § 20 bokstav b.

For at praksisen skal anses som villedende etter mfl. § 8 må den være egnet til å påvirke forbrukeren til å treffe en økonomisk beslutning på bakgrunn av den villedende markedsføringen. For en forbruker som ikke har e-faktura så vil de manglende opplysningene om at det påløper gebyr for papirfaktura kunne ha avgjørende betydning for om han velger denne avtalen eller en annen avtale hvor det i markedsføringen informeres om gebyr for papirfaktura. Dette gjelder selv om fakturagebyret utgjør kun et lite beløp. Utelatelsen av opplysningen er etter Forbrukertilsynets vurdering egnet til å påvirke en forbruker til å treffe en økonomisk beslutning om å inngå denne avtalen.

Forbrukertilsynet vurderer at Motkrafts markedsføring av strømvartalen, slik markedsføringen fremgår av vedlegg 2,3 og 5 er villedende etter mfl. § 8.

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

6.5 Manglende opplysning og uhensiktsmessig plassering av informasjon om Forbrukerrådets strømprisportal

Prisopplysningsforskriften § 20 bokstav h innebærer to krav ved markedsføring av strømvartaler som inneholder en oppfordring til kjøp som fremsettes digitalt. For det første må det fremgå eksplisitt at avtalen kan sammenlignes på *Forbrukerrådets strømprisportal*, og for det andre skal det inntas en hyperlenke til strømprisportalen. I tillegg må opplysningen etter markedsføringsloven § 8 første ledd ikke presenteres på en uklar eller uhensiktsmessig måte.

Motkraft opplyser ikke i noe av markedsføringen av avtalen på hovedsiden at strømvartalen kan sammenlignes med andre avtaler på Forbrukerrådets strømprisportal, og har ikke inntatt hyperlenke til portalen, se vedlegg 1-3.

Nesten helt nederst på siden «*Strømvartalen*», se vedlegg 4 og 5, er det også en kjøpsoppfordring med muligheten til å klikke på en knapp for å bestille avtalen. Her er det inntatt hyperlenke til strømpris.no. Motkraft opplyser imidlertid ikke om at strømvartalene kan sammenlignes på *Forbrukerrådets strømprisportal*, som påkrevd i forskriften, men kun at strømvartalene kan sammenlignes. I tillegg er opplysningen om sammenligning i forbindelse med prislister, adskilt fra kjøpsoppfordringen nederst på siden. For å finne denne opplysningen om sammenligningstjenesten må forbruker altså navigere seg nesten helt opp igjen på siden, der presentasjonen av den gamle og den nye avtalen står. Dette medfører en betydelig risiko for at forbrukeren ikke vil få med seg denne opplysningen, eller se at den er relevant i forbindelse med markedsføringen av avtalen nederst på siden.

Forbrukertilsynet anser dermed at Motkraft i markedsføringen i vedlegg 1 og 4 (se utsnitt i vedlegg 2-3 og 5) utelater en vesentlig opplysning som forbruker trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning. Den vesentlige opplysningen som mangler i markedsføringen, er at avtalen kan sammenlignes med andre avtaler på Forbrukerrådets strømprisportal strømpris.no, herunder en presisering av at det er snakk *Forbrukerrådets strømprisportal*, jf. mfl. § 8, jf. prisf. § 20 bokstav h.

Forbrukere vet ikke nødvendigvis om Forbrukerrådets strømprisportal. Det er uansett mer sannsynlig at en forbruker vil klikke seg inn på, og benytte sammenligningstjenesten før eventuell avtaleinngåelse, dersom opplysninger om portalen fremgår av Motkrafts markedsføring. Etter Forbrukertilsynets vurdering er utelatelsen av opplysningene om Forbrukerrådets strømprisportal egnet til å påvirke forbrukere til å ta en økonomisk beslutning de ikke ellers ville tatt.

Også den manglende angivelsen i vedlegg 4 og 5 av at strømvartalene kan sammenlignes på *Forbrukerrådets strømprisportal*, er etter vårt syn egnet til å påvirke forbrukere til å ta en økonomisk beslutning de ikke ellers ville tatt. Forbrukere vet ikke nødvendigvis at strømpris.no er Forbrukerrådets strømprisportal. Tvert imot er risikoen stor for at en forbruker forveksler strømpris.no med en kommersiell sammenligningstjeneste. Vanligvis vil tillitten til en offentlig sammenligningstjeneste, hvor hensynet til forbrukerne og et sikrere sluttbrukermarked for strøm ligger til grunn for selve tilblivelsen av sammenligningstjenesten, være høyere enn til kommersielle sammenligningstjenester. Derfor er det også sannsynlig at en forbruker vil være mer tilbøyelig til å klikke seg inn på, og benytte sammenligningstjenesten, dersom det fremgår at dette er Forbrukerrådets strømprisportal.

Forbrukertilsynet vurderer at Motkrafts markedsføring av strømvartalen er villedende etter mfl. § 8.

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

6.6 Mangler ved prislisten

Etter Forbrukertilsynets vurdering har ikke forbruker noen oppfordring til å gå helt nederst på Motkrafts hovedside for å finne lenke til prislisten. Navnet på lenken - «*Strømvartalen*» - er heller ikke beskrivende for innholdet på siden, fordi den hovedsakelig inneholder en prisliste for avtalen. Dette innebærer at prislisten ikke fremstår som enkel å finne for en forbruker.

Informasjonen om at forbrukeren kan sammenligne strømvartaler på Forbrukerrådets strømprisportal mangler også. Det står kun en overskrift «*Sammenligning av avtalen*», og en lenke som heter «*Trykk her for sammenligning av avtaler*», men uten angivelse av at denne lenken fører til *Forbrukerrådets strømprisportal*. Dette innebærer under enhver omstendighet at denne opplysningen ikke presenteres på en klar og tydelig måte, slik prisf. § 21 første ledd krever.

Etter Forbrukertilsynets vurdering er ikke Motkrafts prisliste lett tilgjengelig, slik prisf. 21 første ledd krever. Dessuten er prislisten mangelfull fordi den ikke inneholder informasjon om at forbrukeren kan sammenligne avtalen på Forbrukerrådets strømprisportal, jf. prisf. § 21 tredje ledd.

Etter Forbrukertilsynets vurdering oppfyller dermed Motkrafts prisliste ikke kravene i prisf. § 21.

7 FORBRUKERTILSYNET BER OM FØLGENDE

Forbrukertilsynet mener at Motkraft har brutt markedsføringsloven og prisopplysningsforskriften i denne saken. Vi ber derfor om at Motkraft:

- Endrer eller stanser den aktuelle markedsføringen, se punkt 2 i-iii ovenfor.
- Gjør prislisten lett tilgjengelig og gir opplysning om at avtalen kan sammenlignes med andre avtaler på Forbrukerrådets strømprisportal, og at denne informasjonen presenteres klart og tydelig i tilknytning til prislisten, se punkt 6.6 ovenfor.

Vi ber om at Motkraft gjør dette 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 Motkraft 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 tilfellet 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

Kristin Beate von Hanno Bast Sørum
juridisk seniorrådgiver

Dokumentet er godkjent elektronisk og har derfor ingen håndskrevet signatur