

Tibber Norge AS

*Dokumentet blir kun sendt pr. e-post*

Deres ref.

Vår ref.

Dato:

Sak nr: 23/1990-2

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 Tibber Norge AS (**Tibber**) org.nr. 917 245 975 sin hjemmeside. Vi har avdekket flere forhold som vi mener er ulovlige. Lovbruddene gjelder markedsføring av Tibbers strømvavtale, samt mangler ved prislisten på Tibbers 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 Tibber **snarest mulig og senest 11.08.2023** endrer eller stanser markedsføringen som vi anser at er i strid med markedsføringsloven, som spesifisert nedenfor i punkt i-iv.

Forbrukertilsynet ber også om at Tibber innen samme frist plasserer prislisten lett tilgjengelig på nettsidene, og at dere inntar lenke til avtalevilkår, jf. prisopplysningsforskriften § 21. 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 Tibber i all markedsføring:

- i Gir opplysning om avtalens påslag. Dette gjelder all markedsføring av avtalen som utgjør en oppfordring til kjøp etter markedsføringsloven § 8 fjerde ledd. Se nærmere punkt 6.3 nedenfor.
- ii Gir opplysninger om kredittvurdering og adgangen til å avslå kunder/avslutte avtalen eller kreve garanti eller forskuddsbetaling. Dette gjelder i all markedsføring av avtalen som utgjør en oppfordring til kjøp etter markedsføringsloven § 8 fjerde ledd. Se nærmere i punkt 6.4.1 nedenfor.
- iii Gir opplysninger om virkningen av å overskride et i årsforbruk på maksimalt 50 000 kWt, og adgangen til å avslutte avtalen. Dette gjelder i all markedsføring av avtalen som utgjør en oppfordring til kjøp etter markedsføringsloven § 8 fjerde ledd. Se nærmere i punkt 6.4.2 nedenfor.
- iv Gir opplysninger om at avtalen kan sammenlignes med andre avtaler på Forbrukerrådets strømprisportal med hyperlenke til [www.strømpris.no](http://www.strømpris.no). Det gjelder all markedsføring av avtalen 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 strømvavtaler til forbrukere. Det er hovedsakelig pris og måten prisen fastsettes på som skiller de ulike strømvavtalene. Med de siste års strømpriser, hvor strømrregningen gjør et stort innhugg i de fleste forbrukeres økonomi, er det avgjørende at kraftleverandørene setter forbrukere i stand til å ta informerte

valg av strømvtales. Dette gjelder spesielt når mange forbrukere opplever det som komplisert å forstå strømmarkedet og strømpriser. Det er da viktig at markedsføringen av strømvtales gir forbruker riktige og fullstendige opplysninger om avtalen.

Markedsføringsloven stiller en rekke krav til markedsføring av og vilkår i strømvtales, 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 strømvtales og krav til prislister 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 strømvtales. Fordi forbrukerne kan ha løpende avtales 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 strømbansjen overholder utvalgte, grunnleggende forbrukervernregler. Strømbansjen består av omtrent 90 ulike aktører som alle tilbyr strømvtales til privatkunder.<sup>1</sup> Av hensyn til effektiv ressursbruk har Forbrukertilsynet valgt å rette kontrollen mot de 20 største aktørene i strømbansjen 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. Tibber er en av disse 20 aktørene.

I kontrollen undersøkte vi følgende forhold:

- Om markedsføring av strømvtales på strømlleverandørenes nettsider oppfyller 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*

---

<sup>1</sup> 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 avtales til privatkunder, men som likevel av ulike grunner registrert med et fåtall privatkunder

*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.

## 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 markedsføring.<sup>2</sup> Det er nok at handelspraksisen er egnet til å påvirke forbrukerne til å

---

<sup>2</sup> 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:

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 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.<sup>3</sup>

Hva som i praksis utgjør en kjøpsoppfordring må vurderes konkret i hvert enkelt tilfelle. Eksempler på kjøpsoppfordringer for strømvtaler 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.<sup>4</sup>

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,

---

*«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».*

<sup>3</sup> Ot.prp.nr.55 (2007-2008) punkt 7.4.2.1.

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

- 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.

Opplysningene som angis i prisf. § 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 prisf. § 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 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.

### 4.3 Krav til prisliste

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

Formålet bak kravene til prisliste er å gjøre det enklere å navigere i tilbudet av strømvtaler, slik at forbrukeren kan treffe godt informerte valg.<sup>6</sup> Kravene til prisliste sikrer at forbruker enkelt skal kunne finne priser og vilkår for samtlige avtaler fra den aktuelle strømleverandøren, 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 strømleverandøren 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 Tibber Norge AS

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

---

<sup>5</sup> 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.

<sup>6</sup> 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 netjtjenester, tilgjengelig [her](#).



Forbrukertilsynet undersøkte nettsiden til Tibber ([www.tibber.com/no](http://www.tibber.com/no)) under tilsynsaksjonen i perioden 07.03.-21.03.2023. På Tibbers nettside står det blant annet følgende:

*«Med null i fortjeneste på strømmen har vi virkelig et incentiv til å hjelpe kundene våre med å redusere forbruket sitt.»*

**Vedlegg 1** Om Tibber, 24.05.2023

## 5.2 Markedsføringen på nettsidene

Helt øverst på hovedsiden med flere ulike faner, heter en av fanene «*Strømvtale*», og en annen heter «*Bytte strømleverandør*».

Litt nede på hovedsiden står overskriften «*100% transparens*». Der presenteres strømvtaalen med noen nøkkelopplysninger:

*«Strømprisen følger spotpris fra Nord Pool+ maks 1 øre per kWh som utelukkende går til å dekke avgifter og lovpålagte elsertifikater. Du betaler kun 39 kr per måned utover strømprisen. Vi har aldri kampanjepriser, bindingstider, lokketilbud eller telefonselgere.»*

**Vedlegg 2** Hovedside Tibber, 08.03.2023

**Vedlegg 3** Utsnitt «100% transparens», 09.03.2023

Ved å trykke på fanen «*Strømvtale*» øverst på hovedsiden, kommer man til det som synes å være landingssiden for den eneste strømvtaalen Tibber tilbyr. Øverst under overskriften «*Ta kontroll over strømforbruket*», står det noe informasjon om strømvtaalen, samt en knapp med påskriften «*Kom i gang 2 min.*» Ved å trykke på knappen kommer man videre til en bestillingsside.

Ved å gå litt ned på strømvtale-siden, presenteres strømvtaalen med overskriften «*Strømvtaalen for fremtiden*» og en underoverskrift hvor det står «*Timespot+39 kr i måneden*». Under står det videre :

*«En strømvtale der du betaler kostpris for strømmen. I en app med smarte funksjoner som gir deg full oversikt over forbruket ditt, og som kan hjelpe deg å spare penger.»*

Under følger et nytt avsnitt med overskriften: «*Vi tjener null på strømforbruket ditt*» Videre står det: «*Med Tibber betaler du for hva strømmen faktisk koster. Ingen marginpåslag.*» I siste del av avsnittet presenteres nøkkelopplysningene om avtalen på nytt med avtaletypen (spotpris) og påslag samt månedlig fakturagebyr.



- Vedlegg 4** Siden «Strømvavtale», 08.03.2023  
**Vedlegg 5** Utsnitt «Strømvavtalen for fremtiden», 09.03.2023  
**Vedlegg 6** Utsnitt «Vi tjener null på strømfbruket ditt», 09.03.2023

Fra hovedsiden kan man trykke på fanen «Bytte strømlverandør» for å komme til en ny side. Litt nede på siden står overskriften «Hvorfor bytte strømvavtale til Tibber?». I siste avsnitt under her gis det informasjon om strømvavtalen, at det er spotpris med påslag på maks 1 øre per kWh samt et fakturagebyr på 39 kr per måned.

- Vedlegg 7** Siden «Bytte strømlverandør», 08.03.2023  
**Vedlegg 8** Utsnitt «Hvorfor bytte strømvavtale til Tibber», 09.03.2023

### 5.3 Prislste på hjemmesiden

Langt nede på siden «Strømvavtaler», se vedlegg 5, står overskriften «Her finner du historiske\* og nåværende strømvavtaler.» Under gis det informasjon om at Tibber alltid kun har hatt én strømvavtale, og informasjon om at avtalen kan sammenlignes med andre avtaler på Forbrukerrådets strømprisportal, med hyperlenke til denne siden. Under er avtalen fremstilt skjematisk, inndelt i kolonner etter tre ulike avtalevilkår som har vært og er gjeldende.

- Vedlegg 9** Utsnitt av prislste (fra vedlegg 5)

### 5.4 Nærmere om avtalevilkår

Tibbers avtalevilkår kan finnes ved å gå helt nederst på hovedsiden, under overskriften «Om Tibber» og via lenken «Vilkår», hvor man føres videre til en ny side med fane for blant annet avtalevilkår for strøm og en annen fane for avtalevilkår for Tibber-appen.

- Vedlegg 10** Siden «Vilkår» 09.03.2023  
**Vedlegg 11** Avtalevilkår for strøm, 09.03.2023

I avtalevilkårene for strøm står det i nest siste avsnitt i punkt «1. Generelt»:

*«Tibber har rett til å foreta en kredittvurdering av kunder, og kan avslå/avslutte leveranse eller kreve garanti eller forskuddsbetaling fra kunder det det foreligger saklig grunn for det. Dersom leveransen avslås eller avsluttes, bortfaller alle avtalte forpliktelser i sin helhet, likevel slik at uoppgjorte fordringer oppstått før leveransen avslås eller avsluttes ikke bortfaller. Gjenparts brev sendes fortrinnsvis elektronisk, alternativt per post.»*

I avtalevilkårene står det i siste avsnitt i punkt «2. Leveringsvilkår»:

*Om du endrer ditt årsforbruk så det overstiger 50 000kWh, har Tibber rett til å si opp avtalen og avslutte leveransen med 14 dagers varsel.»*

## 6 FORBRUKERTILSYNETS VURDERINGER

### 6.1 Tibbers markedsføring av avtalen utgjør kjøpsoppfordringer

Markedsføringen av Tibbers strømvtaleslik slik den fremgår i hvert av vedlegg 3-8, utgjør åpenbart kommersiell kommunikasjon. Hver enkelt av disse sidene 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 en oppfordring 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 Tibbers 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.<sup>7</sup>

### 6.3 Manglende informasjon om påslag ett sted på nettsiden

Som nevnt følger det av prisf. § 20 bokstav b at strømlleverandøren skal *angi «alle obligatoriske priselementer og størrelsen på disse»* i all markedsføring som innebærer en kjøpsoppfordring. Påslaget på 1 øre er her et obligatorisk priselement.

På siden «*Strømvtaalen*», se øverst i vedlegg 8 under avsnittet «*Strømvtaalen for fremtiden*», mangler opplysninger om Tibbers påslag på 1 øre.

Forbrukertilsynet vurderer at nettopp denne markedsføringen som mangler opplysning om at det er påslag, har en plassering som gjør den mer sentral enn flere av de øvrige stedene avtalen presenteres. Dette er fordi den er plassert øverst på den siden der forbruker har en berettiget forventning om å se nettopp nøkkelopplysningene om strømvtaalen, og siden heter «*Strømvtaalen*». Den videre informasjonen på siden om at man kun betaler kostpris for

---

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

strømmen, underbygger forståelsen av at det kun betales for spotprisen, uten påslag. Forbruker har ikke noen oppfordring til å gå lenger ned på siden for å sjekke at informasjonen er korrekt.

Etter dette er det Forbrukertilsynets vurdering at Tibbers markedsføringen av strømvartalen i vedlegg 8 utelater en vesentlige opplysning som forbruker trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning. Den vesentlige opplysningen som her mangler er opplysning om alle obligatoriske priselementer i form av påslag, jf. prisf. § 20 bokstav b. Under enhver omstendighet er disse opplysningene ikke presentert på en hensiktsmessig måte som setter forbruker i stand til å ta en informert økonomisk beslutning.

For at praksisen skal anses villedende etter mfl. § 8. må den være egnet til å påvirke forbrukeren til å treffe en økonomisk beslutning på bakgrunn av den villedende markedsføringen. Det er ikke et krav om at forbrukeren faktisk treffer en økonomisk beslutning på bakgrunn av den villedende markedsføringen. Det er nok at handelspraksisen er egnet til å påvirke forbrukeren til å treffe en slik beslutning som de ellers ikke ville ha truffet. Etter vår vurdering er det klart at utelatelsen av informasjon om påslag på 1 øre kan være egnet til å påvirke forbruker til å velge å inngå denne avtalen til fordel for en annen avtale som er oppgitt å ha påslag.

Forbrukertilsynet vurderer dermed at Tibbers markedsføring, se vedlegg 8 under avsnittet «*Strømvartalen for fremtiden*», er villedende etter mfl. § 8.

Markedsføringen utgjør etter vårt syn da en urimelig handelspraksis i strid med forbudet i mfl. § 6 første ledd jf. fjerde ledd.

## **6.4 Manglende opplysninger om kvalifiseringsvilkår**

### *6.4.1 Manglende opplysninger om krav til kredittverdighet*

Av Tibbers avtalevilkår følger det som nevnt at Tibber har rett til å foreta en kredittvurdering av sine kunder, og har rett til å avslå/avslutte avtalen eller kreve garanti eller forskuddsbetaling dersom de mener at det foreligger saklig grunn for det.

Dersom manglende kredittverdighet kan medføre at en kunde blir avslått eller få andre vilkår, utgjør dette etter Forbrukertilsynets syn et kvalifikasjonsvilkår for avtalene. Et kvalifikasjonsvilkår 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 eventuelt konsekvensen av ikke å være kredittverdig, skal da fremgå av markedsføringen.

Det står ikke noe om kredittvurdering eller adgangen til å avslå kunder mv. i markedsføringen av Tibbers avtale.

Forbrukertilsynet anser dermed at Tibber i markedsføringen av sin avtale utelater vesentlige opplysninger som forbruker trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning. De vesentlige opplysningene som mangler er opplysninger om kredittvurdering og adgangen til å avslå kunder eller kreve andre vilkår basert på kredittvurderingen, 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 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 Tibbers avtale har. Forbrukertilsynet vurderer på denne bakgrunn at manglende opplysninger om kredittvurdering og adgangen til å avslå kunder ved særlige 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 Tibbers markedsføring av sin strømvartalene, slik markedsføringen fremgår av vedlegg 3-8, er villedende etter mfl. § 8.

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

#### *6.4.2 Manglende opplysninger om virkningen av overskridelse av årsforbruk over 50 000 kWt*

Som nevnt følger det av avtalevilkårene punkt 2 at Tibber har rett til å si opp avtalen dersom årsforbruket overstiger 50 000 kWt.

Etter Forbrukertilsynets vurdering innebærer dette vilkåret om begrenset maksimalt årsforbruk et kvalifikasjonsvilkår for avtalen. Angivelse av kvalifikasjonsvilkåret om å holde seg innenfor 50 000 kWt per år er en vesentlig opplysning som det skal opplyses om i markedsføringen av strømvartalen, jf. prisf. § 20 bokstav f, jf. mfl. § 8 tredje og fjerde ledd.

Forbrukertilsynet kan ikke se at opplysninger om grense for maksimalt årsforbruk fremgår i noe av markedsføringen som er inntatt i vedlegg 3-8.

Forbrukertilsynet anser dermed at Tibber 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 opplysninger om maksimalt årsforbruk, jf. mfl. § 8, jf. prisf. § 20 bokstav f.

For en forbruker med et høyt årsforbruk vil det kunne være avgjørende for valget av strømvaktale at han informeres om grensen for maksimalt årsforbruk. Ved å få denne opplysningen kan forbruker vurdere risikoen for at årsforbruket overstiger grensen slik at han heller kan velge å inngå en annen strømvaktale som ikke har grense for årsforbruk. Forbrukertilsynet vurderer på denne bakgrunn at manglende opplysning om maksimalt årsforbruk er egnet til å påvirke til å inngå en avtale som de ellers ikke ville gjort dersom informasjonen var gitt i markedsføringen.

Forbrukertilsynet vurderer at Tibbers markedsføring av strømvaktalen, slik markedsføringen fremgår av vedlegg 3-8, 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 om Forbrukerrådets strømprisportal**

Opplysning om at strømvaktalen 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 nettsiden, jf. prisf. § 20 bokstav h, jf. mfl. § 8 tredje og fjerde ledd.

Forbrukertilsynet kan ikke se at det i noe av markedsføringen på nettsiden til Tibber er opplyst at strømvaktalen kan sammenlignes med andre avtaler på Forbrukerrådets strømprisportal eller inntatt hyperlenke til denne, se vedlegg 3-8.

Forbrukertilsynet anser dermed at Tibber i markedsføringen utelater en vesentlig opplysning som forbruker trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning. Den vesentlige opplysningen som mangler i alt av Tibbers markedsføring, se vedlegg 3-8, er at avtalen kan sammenlignes med andre avtaler på Forbrukerrådets strømprisportal [strompris.no](http://strompris.no), samt hyperlenke til portalen, 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 Tibbers 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.

Forbrukertilsynet vurderer at Tibbers markedsføring av strømvitalene, se vedlegg 3-8, 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

Tibbers prisliste ligger nesten helt nederst på siden «*strømvital*», under overskriften «*Her finner du historiske\* og nåværende strømvitaler*». Etter Forbrukertilsynets vurdering har ikke forbruker noen oppfordring til å gå langt ned på siden for «*strømvital*» for å lete og finne prislisten. Det er heller ingen lenke til avtalevilkår i prislisten.

Etter Forbrukertilsynets vurdering er ikke Tibbers prisliste lett tilgjengelig, slik prisf. § 21 første ledd krever. Dessuten er prislisten mangelfull fordi den ikke inneholder lenke til avtalevilkår for strømvitalen, jf. prisf. § 21 tredje ledd.

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

## 7 FORBRUKERTILSYNET BER OM FØLGENDE

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

- Endrer eller stanser den aktuelle markedsføringen, se punkt 2 i-iv ovenfor.
- Gjør prislisten lett tilgjengelig og inntar lenke til avtalevilkårene, i tråd med kravene i prisopplysningsforskriften, se punkt 6.6 ovenfor,

**Vi ber om at Tibber 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 Tibber 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*