



FORBRUKERTILSYNET

Ishavskraft AS
Postboks 1374
9506 ALTA

Deres ref.

Vår ref.
Sak nr: 18/908-2
Saksbehandler: Gustav Norman
Dir.tlf: 93 08 10 40

Dato:
17.04.2018

Markedsføring på strømkampen.no - mfl. § 7 jf. § 6

Forbrukertilsynet fører tilsyn med at næringsdrivendes avtalevilkår og markedsføring som rettes til forbrukere ikke er i strid med markedsføringsloven. Vi fører også tilsyn med at næringsdrivende overholder angrerettloven, finansavtaleloven og forbrukervernregler i en rekke andre lover. For mer informasjon, se Forbrukertilsynet.no.

Vi viser til å ha mottatt en henvendelse fra DistriksEnergi av 23. februar 2018, der det klages på markedsføringen på strømkampen.no. For nærmere detaljer om innholdet i klagen viser vi til klagen som følger vedlagt.

Etter å ha sett nærmere på strømkampen.no er det vår vurdering at markedsføringen på nettsiden reiser flere spørsmål etter markedsføringsloven (mfl.) § 7 jf. § 6.

Markedsføringsloven § 6 første ledd forbyr urimelig handelspraksis. Det følger av bestemmelsens fjerde ledd at en handelspraksis alltid er urimelig dersom den er villedende og i strid med mfl. § 7.

Mfl. § 7 regulerer villedende handlinger. 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 elementene som er nevnt i bestemmelsens første ledd bokstav a) til h).

Villedende inntrykk av tjenestens hovedegenskaper

Av bestemmelsens bokstav b følger det at villedning med hensyn til ytelsens hovedegenskaper vil kunne være i strid med bestemmelsen.

Markedsføringen av tjenesten som tilbys forbrukerne på strømkampen.no vil etter vårt syn lett kunne gi et villedende inntrykk av tjenestens hovedegenskaper ettersom det ikke gis

noen dekkende beskrivelse av hvordan strømkampene gjennomføres og hvilke premisser som ligger til grunn for «kampene».

På strømkampen.no står blant annet følgende budskap:

«Aldri har det vært enklere å få en bedre strømvtaale»

«Når dagens strømvtaale er kontrollert vil du få beskjed hvilken avtaale og leverandør du bør velge»

Markedsføringen kan lett gi forbrukere et inntrykk av at strømkampen.no er en uavhengig aktør som sjekker et bredt utvalg av strømvtaaler fra ulike aktører og anbefaler forbrukeren en bedre avtaale blant disse. Det fremgår imidlertid ikke hvilke strømvtaaler og strømselskaper som sjekkes. Sjekkes f.eks. nåværende avtaaler kun opp mot én enkelt aktør i markedet, er dette etter vår vurdering vesentlig informasjon som det må informeres tydelig om i markedsføringen. Den ufullstendige beskrivelsen av tjenestens hovedegenskaper vil sammen med det øvrige markedsføringsbudskapet være egnet til å villede forbrukerne, og mangelen på en fullstendig beskrivelse av tjenestens hovedegenskaper vil også kunne ha betydning for om forbrukerne velger å benytte seg av tjenesten eller ikke. Markedsføringen er derfor være egnet til å kunne påvirke forbrukerne til å treffe en økonomisk beslutning som de ellers ikke ville ha truffet, jf. § 7 annet ledd.

Mangelfull informasjon om markedsføringens motiver

Av mfl. § 7 første ledd bokstav c følger det at villedning med hensyn til motiver for handelspraksisen vil kunne være i strid med bestemmelsen.

Vi mener det kan stilles spørsmål ved om markedsføringen er egnet til å villede forbrukere med hensyn til markedsføringens motiver, ettersom det ikke fremkommer klart nok at Ishavskraft står bak tjenesten, samt at Ishavskraft er en kraftleverandør og ikke en uavhengig aktør i markedet.

Informasjonen som gis på strømkampen.no er som nevnt ovenfor etter vår vurdering egnet til å kunne gi forbrukere et inntrykk av at strømkampen.no er en uavhengig aktør som sjekker et bredt utvalg av strømvtaaler fra ulike aktører, og anbefaler forbrukeren en bedre avtaale blant disse. Samtidig gis det liten informasjon om hvem som står bak tjenesten – det oppgis kun at tjenesten er levert av Ishavskraft uten noen videre lenke til selskapets hjemmesider eller mer utfyllende informasjon om selskapet. Henvisningen til Ishavskraft er dessuten gitt helt på bunnen av forsiden til strømkampen.no, noe som forutsetter at forbrukere scroller seg gjennom hele siden dersom de skal få denne informasjonen før de fyller ut skjemaet for bestilling av tjenesten.

Det kan ikke forventes at gjennomsnittsforbrukeren har kjennskap til Ishavskrafts virksomhet fra før og de vil således kunne være uvitende om at Ishavskraft er en vanlig kraftleverandør

på lik linje med andre kraftleverandører, og altså *ikke* en uavhengig aktør i markedet. Det kan heller ikke forventes at forbrukere flest scroller seg gjennom en nettside og gjør seg kjent med all informasjon på siden, før man begynner å fylle ut et bestillingsskjema som er plassert på toppen av nettsiden.

For forbrukerne kan det fremstå som om motivet bak markedsføringen av tjenesten er å hjelpe forbrukeren til å finne en bedre strømvtale blant flere ulike tilbydere. Dersom motivet bak markedsføringen på strømkampen.no dels er å hente inn nye kunder til egne strømvtaler, vil markedsføringen lett kunne være villedende med hensyn til motivene for markedsføringen, og dette vil kunne ha betydning for om forbrukerne velger å benytte seg av tjenesten eller ikke. I så fall vil markedsføringen være egnet til å kunne påvirke forbrukerne til å treffe en økonomisk beslutning som de ellers ikke ville ha truffet, jf. § 7 annet ledd.

Sparpåstand

Videre oppgis det på strømkampen.no at tjenesten har spart brukerne for totalt 4 001 250 kr i året. Det følger av mfl. § 3 annet ledd at enhver faktisk påstand som benyttes i markedsføring må kunne dokumenteres.

Etter vår vurdering vil det være praktisk umulig for strømkampen.no å fremlegge tilstrekkelig dokumentasjon for at brukerne deres har spart det oppgitte beløpet. Dokumentasjon for en slik påstand krever at strømkampen.no har informasjon om strømforbruket til alle brukerne som har byttet avtale, og i tillegg må de ha oversikt over gammel og ny avtale for alle brukerne og sammenholde prisforskjellene mellom avtalene.

Det er etter vårt syn ikke tilstrekkelig å vise til statistiske tall fra SSB når det gjelder en slik konkret spar-påstand.

Vi ber dere fjerne påstanden fra all markedsføring, med mindre tilstrekkelig dokumentasjon kan fremlegges umiddelbart, jf. mfl. § 3 som krever at slik dokumentasjon skal foreligge på annonsørens hånd når markedsføringen skjer.

Informasjon om tjenestens vilkår

Vi registrerer at vilkårene for tjenesten er å finne bak lenken som er merket «Tjenesten er gratis». Teksten på lenken er ikke veldig beskrivende for innholdet som forbrukerne sendes videre til, og det kan derfor være vanskelig for forbrukerne å finne frem til vilkårene som må aksepteres for å benytte tjenesten. Det er vår vurdering at teksten på lenken bør få en klarere formulering som tydeligere henviser til de vilkår forbrukerne må akseptere for å benytte tjenesten, f.eks. ved formuleringer som «Ved å trykke send aksepterer du følgende vilkår» eller lignende.

* * *

Forutsatt at de faktiske forholdene vi har beskrevet er korrekte, legger Forbrukertilsynet til grunn at markedsføringsloven er overtrådt i denne saken. Vi ber derfor om at dere endrer eller stanser markedsføringen **så snart som praktisk mulig, og senest innen 3 uker**. Vi ber om svar i saken, med en bekreftelse på at markedsføringen er endret eller stanset senest innen samme dato.

Dersom dere mener det ikke har skjedd brudd på loven eller at de faktiske forholdene ikke er slik Forbrukertilsynet har lagt til grunn, ber vi om at dere redegjør for dette innen samme frist.

Med vennlig hilsen
for Forbrukertilsynet

Gustav Norman
juridisk rådgiver

Dokumentet er godkjent elektronisk og har derfor ingen håndskrevet signatur

Vedlegg: Klage av 23.02.2018

Kopi: DistriktsEnergi