



Markedsrådet

Markedsrådets avgjørelse 2. desember 2022

Sak: 2022/967
Klager: Motkraft AS
Innklaget: Forbrukertilsynet

Markedsrådets medlemmer: Selma Ilyas, Tormod Anders Sletten og Monica Viken

Sakens bakgrunn:

- (1) Saken gjelder klage over Forbrukertilsynets vedtak mot Motkraft AS (heretter også «selskapet») 2. mai 2022. Selskapet ble ilagt overtredelsesgebyr på 400 000 kroner.
- (2) Motkraft AS ble stiftet 26. juli 2021. Av selskapets vedtekter § 5 heter det: «Selskapet er en ideell organisasjon og har ikke som formål å skaffe aksjeeierne økonomisk utbytte. Selskapet har et sosialt formål, og enhver utdeling skal skje til frivillig virksomhet.»
- (3) I perioden fra 13. oktober 2021 til 11. november 2021 mottok Forbrukertilsynet klager fra fire forbrukere på selskapets prismarkedsføring. I denne perioden stod det «Billigst i Norge!» helt fremst på selskapets hjemmeside. Ved å klikke seg videre til «Om Motkraft» stod det følgende:

«Motkraft ble startet for å ta opp kampen med strømbransjen. Det gjør vi ved å være billigst og helt ærlig»¹ (farget og fet skrift i original).
- (4) På Motkraft AS' Facebook-side hadde selskapet også publisert minst ett innlegg hvor det stod «Billigst i Norge!».²
- (5) I e-post 9. november 2021, som ble sendt til en nyinnmeldt kunde, med tittelen «**Jippi! Nå er du Motkraft-kunde**» fremgikk det blant annet følgende under et avsnitt om telefonselgere: «Husk at Motkraft er den billigste avtalen over tid, uansett hva selgeren prøver å få deg til å tro.»

¹ Skjermdumper tatt 19. oktober 2021 på www.motkraft.no.

² Skjermdumper tatt 19. oktober 2021 og 1. desember 2021. Publiseringsdato fremgår ikke.

Postadresse

Postboks 511 Sentrum
5805 Bergen

Besøksadresse

Zander Kaaes gate 7
5015 Bergen

Tlf.: 55 19 30 00

E-post: post@knse.no

- (6) Selskapets strømavtale «NON-PROFIT – Best på sikt!» var 12. november 2021 rangert på en 14.-plass på *strompris.no*.³
- (7) Forbrukertilsynet ble tipset om Motkraft AS' markedsføring 25. november 2021 av et konkurrerende strømselskap. Vedlagt e-posten var en skjermdump av en korrespondanse med selskapets chatbot *Kraftboten*, hvor det blant annet ble meddelt følgende: «Norges **desidert billigste** avtale, sett bort ifra lokketilbud og tidsbegrensende avtaler som er dårlig på sikt.»⁴ (fet skrift i original).
- (8) På et tidspunkt ble det foretatt endringer på hjemmesiden til selskapet. Påstanden «Billigst i Norge!», var endret til «Billigst på sikt!». Lenger ned på selskapets forside, under overskriften «Norges billigste strømavtale på sikt», stod det at «Motkraft er den billigste strømavtalen du kan ha over tid!».⁵
- (9) Selskapet ble i forhåndsvarsel 7. desember 2021 varslet om ileggelse av overtredelsesgebyr på 300 000 kroner og en løpende tvangsmulkt på én million kroner for hver gang en nærmere definert forbudsbestemmelse ble overtrådt.
- (10) Selskapet ble også bedt om å fremlegge eventuell dokumentasjon for de fremsatte påstandene innen en nærmere fastsatt frist.
- (11) Det ble inngitt merknader til forhåndsvarselet 13. januar 2022. Selskapet formidlet at man ville rette seg etter innvendingene fra Forbrukertilsynet og at «nødvendige endringer er allerede gjort i vår markedsføring». Samtidig ble det understreket at man opplevde det som urimelig å ha mottatt varsel om vedtak uten at tilsynet hadde opprettet dialog med selskapet. Som dokumentasjon for billigspåstandene brukt i markedsføringen var det vist til følgende:

«Under Markedskonferansen i regi av Energi Norge ble Markedsrapporten fra de uavhengige konsulentselskapene Itera og Thema Consulting fremlagt, hvor Motkraft ble kåret til vinner med laveste spot-påslag. Dette er basert på et årlig forbruk på både 10 000 og 20 000 kWh.

- En uavhengig tredjepart konstaterte at Motkraft var billigst – på bransjens egen møteplass hvor alle selskaper var invitert og/eller representert.
- Fordi Motkraft har en prisgaranti på 80 år, og har blitt kåret til strømselskapet med lavest effektive påslag, ble ordet “billigst” benyttet i markedsføringen. Dokumentasjonen på påstanden ble sett på som tilstrekkelig i markedet på gitt tidspunkt.
- Motkraft sin bruk av billigst-påstander er ikke et forsettlig eller grovt uaktsomt brudd på markedsføringsloven – fordi Motkraft er av den oppfatning at Motkraft faktisk var billigst.»

³ Skjermdump tatt 12. november 2021 kl. 16.03.

⁴ Skjermdump er utdatert.

⁵ Skjermdumper tatt 1. desember 2021.

- (12) En skjermdump av en korrespondanse 17. februar 2022 viser at *Kraftboten* kom med disse utsagnene om Motkraft AS' strømavtale: «Norges **desidert billigste** avtale» og «[d]erfor kan du være trygg på at du har den **billigste avtalen**». (fet skrift i original).
- (13) På selskapets hjemmeside stod det følgende 21. februar 2022: «Norges billigste strømavtale». Med mindre skrift var det presisert: «Motkraft er den billigste strømavtalen du kan ha! Bytter du til Motkraft trenger du aldri tenke på strøm igjen. Deilig, er det ikke?».
- (14) Lenger ned på nettsiden, under overskriften «Inspirert av Vipps, en tjeneste til deg, betalt av bedrifter» stod det med liten skrift: «Motkrafts tjeneste er 40-80% rimeligere enn de store strømselskapene.»
- (15) Forbrukertilsynet meddelte 7. april 2022 at man hadde mottatt ytterligere én klage mot selskapets markedsføring av pris etter at forhåndsvarselet var sendt ut. Det ble presisert at selskapet også i tiden etter distribusjon av varselet hadde fortsatt med å bruke billigstpåstander. Det ble satt frist for å kommentere og sende inn eventuell dokumentasjon for påstandene.
- (16) Selskapet orienterte Forbrukertilsynet om blant annet følgende 25. april 2022:
- «Vi har gjort, for å nevne noen, tiltak for å rette opp i kommunikasjon i henhold til det Forbrukertilsynet påpekte:
- Fjernet alle innlegg med budskapet "billigst" i fra innlegg Facebook
 - Fjernet alle innlegg med budskapet "billigst" i fra innlegg Instagram
 - Fjernet alle innlegg med budskapet "billigst" i fra innlegg på vår nettside
 - Fjernet alle innlegg med budskapet "billigst" i fra vår mobilapplikasjon
 - Fjernet tilnærmet likt alt med budskapet "billigst" fra Intercom (vår chatbot)
 - Etterstrebet å rette opp i alle tilfeller med budskapet "billigst" på tvers av andre tredjepartsplattformer for å revidere eller fjerne tilfellene
- Vi har som dokumentert beklageligvis oversett ett tilfelle i vår chatbot. Den ble rettet opp i rett etter vi mottok mail fra dere.»
- (17) Forbrukertilsynet fattet 2. mai 2022 vedtak om overtredelsesgebyr for brudd på markedsføringslovens bestemmelser om villedende markedsføring. Selskapet ble ilagt overtredelsesgebyr på 400 000 kroner for brudd på markedsføringsloven § 6, jf. § 7.
- (18) Av vedtaket fremgikk det at Forbrukertilsynet ikke fant grunn til å fatte forbudsvedtak med tvangsmulkt, slik som varslet. Det ble samtidig understreket at tilsynet ville anse det som særlig alvorlig om selskapet i fremtiden begår tilsvarende lovbrudd.
- (19) Selskapet (heretter også «klager») påklaget vedtaket 1. juni 2022. Forbrukertilsynet har vurdert klagen, men opprettholdt vedtaket. Klagen ble oversendt Markedsrådet for behandling ved ekspedisjon 24. juni 2022, og partene ble deretter gitt frist for eventuelle ytterligere bemerkninger i saken.

(20) Muntlig behandling i Markedsrådet ble gjennomført 25. oktober 2022.

Anførsler:

Klager har i det vesentlige anført:

- (21) Markedsføringsloven § 42 gir kun adgang til å ilegge overtredelsesgebyr der det foreligger en vesentlig overtredelse av mfl. § 6. I denne saken er det bare dokumentasjonsplikten i mfl. § 3 andre ledd som ikke er overholdt. Forbrukertilsynet har også operert med et for mildt beviskrav. Det er ikke tilstrekkelig at det foreligger sannsynlighetsovervekt eller klar sannsynlighetsovervekt for å legge til grunn at selskapet har vesentlig overtrådt mfl. § 6, jf. § 7.
- (22) Uansett foreligger det ingen vesentlig overtredelse av markedsføringsloven, og det er dermed ikke grunnlag for å ilegge overtredelsesgebyr. Det er tvilsomt om forbrukere har lidt tap ved å bytte til selskapets strømavtale. Tapet har i så fall vært minimalt og kortsiktig. Påstanden om at strømavtalen er «billigst på sikt» er ikke villedende. Det må derfor ses bort fra denne markedsføringen ved vesentlighetsvurdering. Videre er det fravær av bedragerisk hensikt, da billigspåstandene ikke er fremmet i den hensikt å tjene penger på det. Det er ikke utvist forsett, men uaktsomhet ved overtredelsene. Selskapet har oppriktig ment og trodd at strømavtalen var den billigste. Dokumentasjon viser at selskapets strømavtale faktisk var billigst i en periode. Det bestrides at *strompris.no* er egnet til å dokumentere hvilken strømavtale som faktisk er billigst.
- (23) Under enhver omstendighet bør det ikke ilegges overtredelsesgebyr i denne saken. Førstegangsovertredere bør ikke ilegges overtredelsesgebyr. Det vises også til at selskapet har rettet seg etter tilbakemeldingene fra Forbrukertilsynet.
- (24) Gebyret er uansett satt for høyt. Det vises til at selskapet er relativt nytt, og skal ikke ha fortjeneste på kundene sine. Selskapet har ikke hatt noen fortjeneste på å markedsføre seg som billigst. Lovbruddene har heller ikke pågått i lang tid. Ethvert gebyr vil derfor være merkbart, og må settes lavt. En helhetsvurdering tilsier i høyden at gebyr ikke bør være høyere enn 125 000 kroner.

Forbrukertilsynet har i det vesentlige anført:

- (25) Klagers billigspåstander bygger ikke på tilstrekkelige forundersøkelser og dokumentasjon, og de er egnet til å villedde forbrukerne med hensyn til eksistensen av en prisfordel, jf. mfl. § 7 bokstav d. Markedsføringen utgjør dermed en urimelig handelspraksis, jf. mfl. § 6. Det bemerkes at én enkelt avsjekk med Forbrukerrådets strømprisportal ikke vil være tilstrekkelig forundersøkelse og dokumentasjon for å fremsette billigspåstander i markedsføringen. Påstander som «billigst på sikt» vil basere seg på forventet markedsutvikling, individuelle og kollektive forbruksmønstre, politiske beslutninger og annet som ikke lar seg dokumentere på markedsføringstidspunktet. Da klager ikke har fremlagt dokumentasjon som sannsynliggjør disse påstandene, må disse også anses som uriktige.
- (26) Den villedende markedsføringen må anses som en vesentlig overtredelse. Lovbruddet er klart, har skjedd i stort omfang og har hatt et stort skadepotensial. Det at selskapet ikke har hatt til hensikt å villedde forbrukere med det formål å tjene penger på det selv og at forbrukere kun har lidt et begrenset økonomisk tap, er ikke avgjørende. Tilsvarende er det uten betydning at selskapet ikke har økonomisk fortjeneste som sitt

vedtektsfestede formål. Selskapet har videre opptrådt forsettlig, og i alle tilfeller grovt uaktsomt, da de uriktige påstandene ble fremmet.

- (27) Klagers innvendinger vedrørende forståelsen av mfl. § 42 første ledd er ikke riktige. Det kan ikke være avgjørende at selskapet er relativt nyopprettet, organisert som et ideelt aksjeselskap og at dialog ikke ble opprettet før varsel om vedtak ble sendt. Det kan derfor ilegges overtredelsesgebyr i denne saken. Allmennpreventive hensyn tilsier at overtredelsesgebyr er riktig reaksjon mot klager.

Markedsrådets vurdering:

Innledning

- (28) Markedsrådet skal ta stilling til gyldigheten av Forbrukertilsynets vedtak av 2. mai 2022 om ileggelse av overtredelsesgebyr mot Motkraft AS.
- (29) Vilkårene for å ilegge vedtak om overtredelsesgebyr følger av mfl. § 42, jf. § 39 første ledd. Markedsrådet skal først ta stilling til om det foreligger brudd på mfl. § 6, jf. 7, som Forbrukertilsynets vedtak gjelder.
- (30) I faktisk henseende legger Markedsrådet til grunn som uomtvistet at selskapet fremsatte billigstpåstander om sine strømavtaler i sin markedsføring i perioden 13. oktober 2021 til 7. desember 2021. Den 1. desember 2021 endret selskapet påstandene i sin markedsføring fra «Billigst i Norge» til «Billigst på sikt». Selskapet er uenig i at sistnevnte formulering er villedende, men ser ut til å akseptere at førstnevnte påstand er villedende og urimelig handelspraksis etter mfl. § 6, jf. § 7.
- (31) Markedsrådet presiserer at det ikke er tvilsomt at Motkraft utøver næringsvirksomhet gjennom sitt tilbud om strømavtaler, selv om det er et ideelt aksjeselskap som ikke har utdeling til aksjonærene som formål.
- (32) Markedsrådet har kommet til at klageren får delvis medhold når det gjelder utmåling av overtredelsesgebyret. I det følgende skal Markedsrådet begrunne sitt standpunkt nærmere.

Villedende markedsføring av strømavtaler

- (33) Markedsrådet skal ta stilling til om selskapets markedsføring anses som villedende etter mfl. § 7 første ledd bokstav d, jf. andre ledd og dermed urimelig og forbudt etter § 6 første ledd, jf. fjerde ledd.
- (34) I og med at selskapet ser ut til å akseptere at påstanden «Billigst i Norge» er villedende skal Markedsrådet vurdere om påstanden «Billigst på sikt» er villedende og i strid med mfl. § 7 første ledd bokstav d. En handelspraksis er villedende dersom den inneholder uriktige opplysninger, eller på annen måte er egnet til å villedde forbrukerne.
- (35) Påstanden «Billigst på sikt» fremkommer på selskapets hjemmeside, i sosiale medier og i kommunikasjon med enkeltkunder. Påstanden skal vurderes ut fra hvordan det helhetlige inntrykket av markedsføringen er egnet til å bli forstått av en gjennomsnittsforbruker. I EU-domstolens praksis er gjennomsnittsforbrukeren antatt å være alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velunderrettet, jf. også Lunde og Michaelsen *Markedsføringsloven med kommentarer* (2019) s. 86-87. Markedsrådet

antar at en slik forbruker ikke har spesiell kunnskap om de ulike strømavtaler, selv om oppmerksomheten knyttet til strømpris har økt de siste par årene.

- (36) Markedsrådet er enig med Forbrukertilsynet i at en gjennomsnittsforbruker ikke vil forstå hva selskapet mener med avgrensningen «på sikt», utover at påstanden synes å avgrense mot i hvert fall helt kortvarige tilbud. Påstanden anses for vag til at den naturlig vil oppfattes som en henvisning til eksempelvis spotprisavtaler med varighet på minimum 12 måneder eller «prisgaranti» på 80 år. Etter Markedsrådets vurdering vil gjennomsnittsforbrukeren tolke påstanden «billigst på sikt» tilsvarende som «billigst i Norge», men da slik at påstanden ikke omfatter en påstand om være billigere enn helt kortvarige tilbud eller kampanjetilbud.
- (37) Fremsatte generelle billigspåstander i markedsføringen må dokumenteres, jf. mfl. § 3 andre ledd. Ved manglende dokumentasjon for at de fremsatte billigspåstander er riktige, anses markedsføringen som egnet til å villedde forbrukerne etter mfl. § 7 første ledd bokstav d. Dokumentasjonskravet følger også av handelspraksisdirektivet 2005/29/EF artikkel 12. Den fremlagte dokumentasjonen må være dekkende for de påstander som blir fremsatt, jf. Ot. prp. nr. 55 (2007-2008) s. 27.
- (38) Markedsrådet har i flere tidligere saker presisert at påstander som ikke dokumenteres anses som uriktige, jf. MR-1996-23 (Osterhausgatens Farvehandel), MR-2004-4 (Lefdal Elektromarked), MR-2008-787 (Ryanair Ltd), MR 2019-832 (Power) og MR-2022-944 (Agva Kraft AS). Det må kunne «dokumenteres at hvert enkelt produkt til enhver tid er rimeligere enn sammenlignbare produkter», jf. MR-2004-4 (Lefdal Elektromarked AS). I markeder med mange aktører og hyppige prisendringer vil det kunne være vanskelig for en næringsdrivende å dokumentere at man til enhver tid er billigst. Markedsrådet legger til grunn at dette i særdeleshet gjelder for prismarkedsføring i strømmarkedet, jf. MR-2022-944 (Agva Kraft AS).
- (39) Selskapet anfører at de faktisk er billigst på sikt, men har ikke fremlagt noen form for dokumentasjon på at dette er riktig. Henvisningen til en prisgaranti på 80 år eller kåring av strømselskapet som det med lavest effektive påslag, innebærer ikke at selskapet har dokumentert at de vil være billigst nå eller frem i tid.
- (40) Markedsrådet har kommet til at selskapet ikke har dokumentert at billigspåstandene er riktige, og påstandene anses utvilsomt å være egnet til å villedde forbrukerne, jf. mfl. § 7 første ledd bokstav d.

Påvirkningsvilkåret

- (41) Avgjørende for om handelspraksisen er i strid med mfl. § 7, jf. § 6 er om påvirkningsvilkåret i § 7 andre ledd er oppfylt. Praksisen er bare villedende dersom den er egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en økonomisk beslutning som de ellers ikke ville ha truffet. Påvirkningsvilkåret innebærer ikke et krav om at forbrukerne faktisk treffer en økonomisk beslutning, jf. Ot. prp. nr. 55 (2007-2008) s. 195-196.
- (42) Markedsrådet har i tidligere saker uttalt at påvirkningsvilkåret i utgangspunktet lett vil være oppfylt ved villedende prismarkedsføring, jf. MR-2019-832 (Power). Markedsrådet mener videre at påvirkningsvilkåret lett vil være oppfylt ved villedende markedsføring av prisfordeler i strømmarkedet, da pris gjerne er den viktigste faktoren for forbrukeren ved valg av strømavtale, jf. MR-2022-944 (Agva Kraft AS). Strøm er et

nødvendighetsgode, og et generisk produkt i den forstand at forbrukeren vil motta samme strøm uavhengig av hvilken strømleverandør det inngås avtale med. Det er dermed hovedsakelig pris strømselskapene kan bruke overfor forbrukerne som virkemiddel for å skille seg ut. Markedsføringen med bruk av billigspåstander på sosiale medier og ved henvisning til medieuttalelser, kan ha medført at forbrukere har klikket seg inn på Motkrafts nettsider, og eventuelt ha inngått strømavtale med selskapet. Markedsrådet har kommet til at det ikke er tvilsomt at selskapets bruk av billigspåstander i markedsføringen er egnet til å påvirke forbrukere til å treffe en økonomisk beslutning de ellers ikke ville ha truffet.

- (43) Markedsrådet har funnet det bevist med klar sannsynlighetsovervekt at bruken av billigspåstander i markedsføringen er villedende og dermed urimelig handelspraksis, jf. mfl. § 6, jf. § 7.

Ileggelse av overtredelsesgebyr

- (44) Vilkår for ileggelse av overtredelsesgebyr er for det første at det foreligger klar sannsynlighetsovervekt for at en eller flere bestemmelser som nevnt i mfl. § 42 første ledd er overtrådt, for det andre at overtredelsen er vesentlig eller gjentatt og for det tredje at overtredelsen må være forsettlig eller uaktsom. Det er ikke tvilsomt at brudd på mfl. § 7, jf. § 6 kan sanksjoneres med overtredelsesgebyr, jf. Prop. 93 L (2016-2017) punkt 6.4.4. Forbrukertilsynet har hatt tilstrekkelig vedtakskompetanse i saken, idet hensynet til forbrukerne og allmennpreventive hensyn taler for å reagere mot overtredelsen i form av overtredelsesgebyr.
- (45) Selskapet anfører at det må bevises «utenfor enhver rimelig tvil» at selskapet vesentlig har overtrådt mfl. § 6, jf. § 7. Det hevdes at det ikke er tilstrekkelig at det foreligger «sannsynlighetsovervekt» eller «klar sannsynlighetsovervekt». Markedsrådet viser da til Høyesteretts avgjørelse i Rt 2012-1556 som må anses å klargjøre at det gjelder et krav om klar sannsynlighetsovervekt ved ileggelse av overtredelsesgebyr i forvaltningsvedtak, se også Lunde og Michaelsen s. 448. Markedsrådet har i langvarig praksis lagt til grunn et krav om klar sannsynlighetsovervekt for ileggelse av overtredelsesgebyr for brudd på markedsføringslovens angitte bestemmelser, eksempelvis MR-2011-1436 (M Quest AS), MR-2011-865 (Living AS) og MR-2021-1947 (Route66usa Info AS og Stallvik).
- (46) Som det fremgår ovenfor har Markedsrådet funnet det bevist med klar sannsynlighetsovervekt at det foreligger overtredelse av forbudet mot urimelig handelspraksis i mfl. § 6, jf. § 42 første ledd.
- (47) Selskapet anfører videre at vesentlighetsvilkåret ikke er oppfylt. Et moment i vesentlighetsvurderingen er overtredelsens art. Strøm er et nødvendighetsgode og søkelyset på sterkt økende priser i 2021 har skapt uro blant forbrukerne. Strømmarkedet er videre preget av til dels kompliserte prisstrukturer for enkelte avtaletyper, som det kan være vanskelig for forbrukerne å sette seg inn i. Dette gjør det igjen vanskelig for forbrukerne å sammenligne ulike strømleverandører og avtaletyper. Markedsrådet legger vekt på at billigspåstander derfor vil kunne ha en særlig stor effekt, og brudd på regler om villedende prismsøking i strømmarkedet vil raskt være vesentlig, jf. MR-2022-944 (Agva Kraft AS).

- (48) Omfanget av markedsføringen vil også være et moment i vesentlighetsvurderingen. Selskapet har markedsført billigstpåstander på egne hjemmesider, i sosiale medier og har også vært svært aktiv i redaksjonelle medier helt fra lanseringen av selskapet. I en artikkel publisert på *nrk.no* den 18. november 2021 opplyser selskapet selv at de på fem uker har kapret rundt 16 000 strømkunder fra hele landet. Artikkelen illustrerer at det særlig er det forhold at selskapet ble oppfattet som billigst som trakk kunder. Markedsrådet finner det bevist at omfanget av den ulovlige markedsføringen og skadepotensialet har vært stort. Overtredelsen anses å være vesentlig.
- (49) Forbrukertilsynet anfører prinsipalt at selskapet har opptrådt forsettlig, subsidiært grovt uaktsomt. Selskapet anfører at det ikke har hatt noen bedragerisk hensikt i bruken av billigstpåstander. Selskapets bruk av billigstpåstander er et resultat av at selskapet ønsket å tilby kunder billigere strømavtaler, uten lokketilbud, som et motsvar til et strømmarked som de mener er uoversiktlig og forbrukerfiendtlig.
- (50) Markedsrådet har vært noe i tvil når det gjelder spørsmålet om selskapet har vært klar over at billigstpåstandene sikkert eller mest sannsynlig ikke kunne dokumenteres, eller har holdt det for mulig at påstandene ikke kunne dokumenteres, og likevel valgt å fremsette påstandene.
- (51) Det legges til grunn at selskapet, etter varselet fra Forbrukertilsynet, har akseptert at de ikke kan dokumentere de fremsatte billigstpåstandene, slik de er pålagt etter loven. Markedsrådet finner det likevel bevist at selskapet faktisk har *ment* at de har tilbudt strømavtaler som er de beste for forbrukerne og at det ikke var deres hensikt å vilde kunder. Dette støttes av at selskapet, straks etter varselet fra Forbrukertilsynet, gjorde forsøk på å endre markedsføringen ved å fjerne ordet «Norges billigste» fra sin markedsføring for å sikre samsvar med reglene. For perioden etter henvendelsen fra Forbrukertilsynet, og endringen til «Billigst på sikt» er det mer tvilsomt om selskapet i hvert fall må ha holdt det for mulig at påstandene ikke kunne dokumenteres. Markedsrådet har likevel kommet til at kravet til klar sannsynlighetsovervekt for at handlingen er utført med forsett ikke anses oppfylt. Markedsrådet mener samtidig at selskapet har handlet i strid med kravet til forsvarlig opptreden og at det er grunnlag for sterk bebreidelse. Som profesjonell aktør har selskapet plikt til å sette seg grundig inn i reglene for markedsføring og kravene til dokumentasjon for fremsatte påstander. Uvitenhet om regelverket fritar ikke for ansvar når denne uvitenheten er uaktsom. Etter Markedsrådets vurdering er det sterkt klanderverdig at en profesjonell aktør går bredt ut med markedsføring, slik selskapet her har gjort, uten å kjenne reglene godt nok. Det er da uten betydning at selskapet ikke hadde bedragerisk hensikt. Markedsrådet har funnet det bevist med klar sannsynlighetsovervekt at selskapet er sterkt å bebreide og følgelig har opptrådt grovt uaktsomt.
- (52) Ved utmålingen av gebyrets størrelse skal det legges vekt på overtredelsens grovhet, omfang og virkninger, jf. mfl. § 42 andre ledd. Det skal ikke lønne seg økonomisk å bryte reglene. Selskapet viser til at de ikke skal ha fortjeneste på strømkundene sine, og at de derfor ikke har hatt noen fortjeneste på å markedsføre seg som billigst. Det vises til at selskapet har et sosialt formål og enhver utdeling fra selskapet skal skje til frivillig virksomhet. Til dette påpeker Markedsrådet at det ikke er tvilsomt at selskapet har hatt en fortjeneste direkte knyttet til bruk av billigstpåstander. Ifølge opplysninger i en artikkel i *Romerikes Blad* den 21. februar 2022 hadde selskapet på dette tidspunktet 25 000 kunder og en omsetning på over 150 millioner kroner.

- (53) Ved utmålingen av overtredelsesgebyret vil også graden av utvist skyld vektlegges, jf. Lunde og Michaelsen s. 449. Selskapet har opptrådt sterkt klanderverdig og er sterkt å bebreide, men ved utmålingen av gebyret anses det formildende at selskapet tydelig har uttalt at de hele tiden har ønsket å rette seg etter Forbrukertilsynets krav. Samtidig legger Markedsrådet vekt på at Forbrukertilsynet ikke opprettet dialog med selskapet forut for varselet om vedtak. Markedsrådet legger til grunn at selskapet, spesielt med sin uttalte forbrukervennlige profil, var interessert i å operere innenfor regelverket og en slik dialog kunne ha klargjort den ulovlige markedsføringen. Markedsrådet finner grunn til å tro at samtaler eller forhandlinger med Forbrukertilsynet ville gitt selskapet mulighet til å stanse bruken av billigstpåstander på et tidligere tidspunkt. Endelig legges det en viss vekt på at selskapet er relativt nystartet, noe som kan tilsi at gebyret ikke bør settes for høyt.
- (54) Markedsrådet har kommet til at vedtak om overtredelsesgebyr overfor selskapet er gyldig, men gebyret nedsettes til 100 000 kroner.

Konklusjon

- (55) Markedsrådet har etter dette kommet til at klagen tas delvis til følge når det gjelder utmåling av overtredelsesgebyr ved at dette nedsettes skjønnsmessig til 100 000 kroner.
- (56) Vedtaket er enstemmig.

Vedtak:

Markedsrådet fatter etter dette følgende vedtak:

Klagen tas delvis til følge for utmålingen av overtredelsesgebyr.

Motkraft AS ilegges overtredelsesgebyr på 100 000 – etthundretusen – kroner for brudd på markedsføringsloven § 6, jf. § 7.

Dokumentet er godkjent elektronisk