



Markedsrådet

Markedsrådets avgjørelse 18. desember 2025

Sak: 2025/932
Klager: Diamond Dental AS
Prosessfullmektig: Advokatfirmaet Legalis AS ved advokat Frode Elton Haug
Innklaget: Forbrukertilsynet

Markedsrådets medlemmer: Finn Arnesen, Selma Ilyas og Monica Viken

Sakens bakgrunn

- (1) Saken gjelder klage over Forbrukertilsynets illeggelse av tvangsmulkt overfor Diamond Dental AS (heretter «selskapet» eller «Diamond Dental») 30. april 2025. Diamond Dental er ilagt tvangsmulkt på 1 800 000 kroner for overtredelse av punkt 1, 3 og 5 i Forbrukertilsynets forbudsvedtak 7. mars 2025, jf. lov 9. januar 2009 nr. 2 om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. («markedsføringsloven») § 41. Tvangsmulkten er ilagt for perioden uke 13 til og med uke 17 i 2025.
- (2) Forbrukertilsynet fattet 7. mars 2025 forbudsvedtak med tvangsmulkt på 120 000 kroner for hver påbegynt kalenderuke Diamond Dental eventuelt overtrer hvert av de tre forbudene i vedtaket (heretter «forbudsvedtaket»). Vedtaket hadde en varighet på fem år fra vedtaksdatoen, og tvangsmulkten kunne utløses fra og med 24. mars 2025, jf. forbudsvedtaket punkt 2, 4 og 6. Punktene 1, 3 og 5 i forbudsvedtaket lyder som følger:

«1. Diamond Dental AS forbys å bruke gratispåstander og prøvepåstander i markedsføring av abonnementsavtaler til forbrukere uten at alle vesentlige opplysninger om følgende forhold fremgår av markedsføringen på en klar, forståelig, utvetydig og hensiktsmessig måte, jf. markedsføringsloven § 6, jf. § 7 og § 8:

- Opplysning om at avtalen innebærer et abonnement som må sies opp for å unngå fornyelse.
- Opplysning om hvor ofte forbrukeren vil få tilsendt nye pakker.
- Opplysning om prisen for første pakke og prisen for videre forsendelser.

[...]

Postadresse:

Postboks 511 Sentrum
5805 Bergen

Besøksadresse:

Zander Kaaes gate 7
5015 Bergen

Telefon: +47 55 19 30 00 post@knse.no

3. Diamond Dental AS forbys å markedsføre produktet «*WhiteBright*» med påstander om «dokumentert effekt», «anbefalt av tannleger», «ingredienser med dokumentert effekt» og lignende uten at selskapet kan dokumentere den aktuelle påstanden, jf. markedsføringsloven § 6, jf. § 7, jf. § 3.

[...]

5. Diamond Dental AS forbys å gi en villedende fremstilling av brukertaler på nettsider der selskapet gir forbrukerne tilgang på brukertaler av selskapets produkter, nærmere bestemt:

- Å presentere hyperlenken til selskapets vilkår for brukertaler på en uklar, uforståelig, tvetydig og uhensiktsmessig måte, jf. markedsføringsloven § 8 sjette ledd, jf. første ledd.
- Å utelate opplysninger i selskapets vilkår for brukertaler om de spesifikke tiltakene selskapet gjør for å kontrollere at brukertaler stammer fra forbrukere som faktisk har kjøpt eller brukt det aktuelle produktet, jf. markedsføringsloven § 8 sjette ledd, jf. første ledd.
- Å særlig fremheve positive brukertaler på en slik måte at forbrukeren risikerer å ikke få med seg alle publiserte brukertaler, å utelate opplysninger om totalt antall brukertaler som er gitt, og/eller utelate opplysninger om hvordan de publiserte brukertalene er vist/rangert, jf. forskrift om urimelig handelspraksis § 1 punkt 23c, jf. markedsføringsloven § 6 første ledd, jf. femte ledd.
- Å kun publisere positive brukertaler om anbefalinger uten å gi klare opplysninger til forbrukeren om dette og hvilke typer brukertaler eller anbefalinger som ikke er publisert, jf. forskrift om urimelig handelspraksis § 1 punkt 23c, jf. markedsføringsloven § 6 første ledd, jf. femte ledd.
- Å inkludere stjerangeringer fra forbrukere som ikke har kjøpt eller brukt produktet «*WhiteBright*» i gjennomsnittsberegningen av stjerangeringen, jf. forskrift om urimelig handelspraksis § 1 punkt 23c, jf. markedsføringsloven § 6 første ledd, jf. femte ledd.
- Å sende inn eller gi annen juridisk eller fysisk person i oppdrag å sende inn falske brukertaler, jf. forskrift om urimelig handelspraksis § 1 punkt 23c, jf. markedsføringsloven § 6 første ledd, jf. femte ledd.
- Å angi at brukertaler er verifisert uten å innhente opplysninger fra brukerne og kontrollere disse opplysningene opp mot selskapets kunderegister, for å sikre at brukertalene stammer fra forbrukere som faktisk har brukt eller kjøpt produktet «*WhiteBright*», jf. forskrift om urimelig handelspraksis § 1 punkt 23b, jf. markedsføringsloven § 6 første ledd, jf. femte ledd.»

- (3) Diamond Dental påklaget forbudsvedtaket med tvangsmulkt 28. mars 2025. Klagen på forbudsvedtaket med tvangsmulkt er behandlet av Markedsrådet i sak 2025/827. For en nærmere gjennomgang av bakgrunnen for forbudsvedtaket, vises det til Markedsrådets

gjengivelse av faktum i sak 2025/827. Markedsrådet har i den saken fattet vedtak om at klagen ikke skulle tas til følge.

- (4) Forbrukertilsynet ila Diamond Dental 30. april 2025 tvangsmulkt på 1 800 000 kroner, i tråd med forbudsvedtaket. Det ble vist til at Diamond Dental hadde brutt forbudsvedtakets punkt 1, 3 og 5 i en periode på fem uker, nærmere bestemt fra og med uke 13 til og med uke 17 i 2025.
- (5) Diamond Dental påklaget illeggelsen av tvangsmulkt 21. mai 2025. Selskapet anfører at det ikke er grunnlag for illeggelse av tvangsmulkt, subsidiært at tvangsmulkten må reduseres.
- (6) Forbrukertilsynet har ikke funnet grunn til å omgjøre avgjørelsen om å illegge tvangsmulkt, og oversendte klagen med innstilling 17. juni 2025 til Markedsrådet for behandling.
- (7) Diamond Dental sendte i brev 27. juni 2025 merknader til Forbrukertilsynets innstilling til Markedsrådet.
- (8) Det ble gjennomført muntlig behandling i saken i møte i Markedsrådet 16. september 2025.

Anførsler

Diamond Dental har i det vesentlige anført:

- (9) Mange av forholdene Forbrukertilsynet har pekt på overfor Diamond Dental har blitt rettet fra selskapets side, før forbudsvedtaket ble fattet 7. mars 2025. Etter mottak av forbudsvedtaket har selskapet gjort ytterligere endringer i markedsføringen. Diamond Dental har stanset visning av annonser som frem til forbudsvedtaket hadde blitt vist i sosiale medier, og gjennomført en rekke endringer på nettsidene. Diamond Dental mener det derfor ikke er grunnlag for illeggelse av tvangsmulkt.
- (10) Diamond Dental avviser for det første at annonsene i sosiale medier har vært aktive etter forbudsvedtaket ble fattet i mars 2025. Selskapet viser i den forbindelse til rapporter fra Snapchat og Instagram som viser at det ikke er blitt registrert aktivitet for annonser i den aktuelle perioden, og at selskapet i denne perioden ikke er blitt fakturert for visning av annonser. Diamond Dental hevder at Forbrukertilsynets saksbehandlere har hentet opp annonsene fra Metas annonsebibliotek eller hatt annonsene mellomlagret på sine enheter. Selskapet mener i forlengelsen av dette at opptakene som det er vist til i vedtaket, ikke er opptak direkte fra Snapchat eller Instagram, men opptak fra enheten der det spilles av en tidligere lagret video. Datoen som vises over hver video, er datoen for når videofilen ble avspilt på enheten den er lagret på. Dette betyr ikke at videoen var aktiv i markedsføring på Snapchat eller Instagram på den viste datoen.
- (11) Diamond Dental anfører subsidiært at annonsene som er inntatt i vedtakets vedlegg 4-6 og 8, ikke inneholder gratispåstander, prøvepåstander eller andre påstander som er egnet til å villedde forbrukere om prisen på produktet, og at det er tale om en abonnementsavtale. Selskapet presiserer at det i disse annonsene kun blir uttalt at forbrukeren bør prøve produktet, uten at det sies noe om en gratis prøveperiode eller andre måter fokuseres på at forbrukere kan prøve produktet uten forpliktelse.

- (12) Diamond Dental viser også til sin redegjørelse i klagen på forbudsvedtaket 28. mars 2025, der selskapet har anført at det ikke er mulig å bestille produktet som markedsføres direkte i annonsene, og at alle som bestiller produktet derfor har fått fullstendige opplysninger om priser og abonnementsvilkår presentert minst to ganger før bestilling registreres.
- (13) Diamond Dental anfører videre at det å kun formidle budskapet «Prøv nå», uten noen ytterligere opplysninger som gir forbrukere inntrykk av at det er gratis eller uforpliktende å prøve et produkt, ikke er villedende og i strid med markedsføringsloven. Selskapet viser til at det er utallig næringsdrivende som i markedsføringen oppfordrer forbrukere til å prøve produktene som tilbys, uten at det samtidig opplyses om hvor mye produktene koster.
- (14) Diamond Dental erkjenner at forbrukere som klikker seg videre fra førstesiden på nettsiden, kommer direkte til telefonskjemaet der teksten «PRØV GRATIS* frakt 79,-» fremgår i et banner øverst i høyre hjørne. I den forbindelse har selskapet anført at prisen for videre forsendelser opplyses på samme side i telefonskjemaet, i umiddelbar nærhet til der forbrukerne fyller inn telefonnummeret for å starte bestillingsprosessen, og at disse budskapene må sees i sammenheng. Diamond Dental viser i denne sammenheng til at det at enkelte priselementer i en løpende avtale, typisk en gratis prøveperiode, fremheves noe mer enn prisen etter at prøveperioden er ute, er normalt og ikke i strid med regelverket. Diamond anfører videre at opplysningene om pris og abonnementsvilkår er godt synlige og tatt inn i umiddelbar nærhet til knappen som forbrukerne klikker på for å komme videre i bestillingsprosessen.
- (15) Diamond Dental anfører også at bruken av uttrykket «uten kjøpsforpliktelser» ikke er villedende, og presiserer at det er et faktum at alle som velger å bestille prøvepakken kan avslutte abonnementet uten å foreta ytterligere kjøp, og at det derfor ikke eksisterer noen kjøpsforpliktelse.
- (16) Diamond Dental anfører videre at påstander om at ingrediensene er effektive og trygge, og at produktet har en «intensiv hvithetsformel» som medfører at forbrukeren vil se forskjell etter 7-14 dagers bruk, ikke er påstander om at produktet har «dokumentert effekt», som er det Forbrukertilsynet har nedlagt forbud mot. Det er derfor ikke grunnlag for å inkludere disse påstandene i avgjørelsen om å ilegge tvangsmulkt.
- (17) Når det gjelder spørsmålet om hvorvidt Diamond Dental har dokumentert produktets effekt slik markedsføringsloven krever, har selskapet vist til sin klage på forbudsvedtaket. Diamond Dental hevder at selskapet har henvist til flere studier som konkluderer med at et produkt som inneholder de ingrediensene som «WhiteBright» gjør, vil ha en blekende effekt på tennene. Selskapet presiserer også at Mattilsynets vedtak, som Forbrukertilsynet har vist til i avgjørelsen om ileggelse av tvangsmulkt, er påklaget og derfor ikke endelig avgjort.
- (18) Diamond Dental anfører at plasseringen av hyperlenken til vilkårene for brukertaler ikke er i strid med markedsføringsloven § 8 sjette ledd, jf. første ledd. Plasseringen er derfor ikke endret etter forbudsvedtaket, men selskapet har økt størrelsen på teksten til lenken og endret fargen på lenken til svart.
- (19) Diamond Dental mener videre at selskapet har tilstrekkelige tiltak for å kontrollere at brukertaler stammer fra forbrukere som har kjøpt og/eller brukt WhiteBright. Diamond Dental presiserer at selskapet 24. mars 2025 la til ytterligere informasjon i form

av en liste på seks punkter i vilkårene for brukertalinger der det i nærmere detalj beskrives hvordan brukertalinger blir kontrollert før publisering. Selskapet viser til at det fremgår av punktene at både e-postadressen og navn på kunden sjekkes opp mot kunderegisteret.

- (20) Diamond Dental har fjernet betegnelsen «verifisert» fra brukertalingerne. Selskapet er ikke enig i at setningene «Se hva noen av kundene våre sier om WhiteBright» og «WhiteBright har tusenvis av fornøyde daglige brukere» må forstås som en påstand om at brukertalingerne er «verifiserte». Diamond Dental anfører at en slik beskrivelse av brukertalingerne ikke dekkes av forbudsvedtaket.
- (21) Diamond Dental mener også at selskapets markedsføring i tilstrekkelig grad viser at ikke alle brukertalinger har vært udelelig positive. Det vises også til at hyperlenken «Les alle», som leder til siden der alle brukertalingerne er publisert, er lett synlig for kundene. Det påpekes videre at selskapet 24. mars 2025 tok inn setningen «Se hva noen av kundene våre sier om WhiteBright» på nettsidene, og at setningen viser tydelig at dette er et utvalg av brukertalingerne.
- (22) Diamond Dental anfører videre at det kun blir publisert brukertalinger på nettsiden fra personer som har kjøpt produktet.
- (23) Ilagt tvangsmulkt på 1,8 millioner kroner er et svært høyt beløp, som langt overstiger nivået for tvangsmulkt i tidligere vedtak fra Forbrukertilsynet og Markedsrådet. Det vises i denne forbindelse til argumentene i selskapets klage på forbudsvedtaket, der det redegjøres nærmere for hvorfor en eventuell tvangsmulkt må reduseres betraktelig.

Forbrukertilsynet har i det vesentlige anført:

- (24) Forbrukertilsynet er uenig i Diamond Dentals anførsler om at alle annonsene skal ha vært stanset før tvangsmulkten startet å løpe 24. mars 2025, og har i innstillingen redegjort for fremgangsmåten tilsynet har brukt ved sine undersøkelser av annonsenes aktivitet. Det vises til at saksbehandler i uke 13, 14, 15 og 17 i 2025 tok skjermopptak av Diamond Dentals annonser i sosiale medier som inneholdt gratispåstander og prøvepåstander uten at opplysninger om abonnementsavtalen fremgikk av annonsene. Saksbehandler tok også skjermopptak av Metas annonsebibliotek som viser datoen for når annonsene i vedlegg 2 og 5 til vedtaket om illeggelse av tvangsmulkt var aktive, se vedtakets vedlegg 7 og 8. Det er ikke mulig å endre på den originale datoen for opptaket. Skjermopptakene viser derfor at de konkrete skjermopptakene av annonsene i sosiale medier ble tatt etter at tvangsmulkten startet å løpe, det vil si 30. mars 2025 (uke 13), 3. april 2025 (uke 14), 7. april 2025 (uke 15) og 25. april 2025 (uke 17).
- (25) Forbrukertilsynet er videre uenig i Diamond Dentals anførsel om at annonsene som er vedlagt vedtaket, ikke inneholder gratispåstander, prøvepåstander eller andre påstander som er egnet til å villedde forbrukere om prisen på produktet, og at det dreier seg om en abonnementsavtale. Det vises blant annet til at setningene «[...] og de lar deg til og med teste produktet gratis så du kan være sikker på at det fungerer», og «Prøve WhiteBright i dag og se forskjellen selv» fremgår av annonsene i vedtakets vedlegg 5 og 8, uten at annonsene inneholder opplysninger om abonnementsavtalen.
- (26) Når det gjelder Diamond Dentals anførsel om at påstander som gir uttrykk for at ingrediensene er effektive og trygge, og at produktet har en «intensiv hvithetsformel» som medfører at forbrukeren vil se forskjell etter 7-14 dager ikke kan omfattes av

vedtaket, viser Forbrukertilsynet til ordlyden i forbudsvedtaket punkt 3. Forbudet omfatter både påstander som «dokumentert effekt», «ingredienser med dokumentert effekt» og «lignende». Etter Forbrukertilsynets vurdering er både de enkelte påstandene som Diamond Dental har markedsført med, og markedsføringen av påstandene sett under ett, egnet til å skape en oppfatning hos gjennomsnittsfbrukeren om at WhiteBright har en positiv blekningseffekt og at dette er dokumentert. En påstand om effekt gir lite mening dersom påstanden ikke samtidig skal forstås som at produktet som sådan har dokumentert effekt.

- (27) Forbrukertilsynet fastholder videre at Diamond Dental ikke har dokumentert produktets effekt, og viser til gjennomgangen og vurderingene knyttet til dette i forbudsvedtaket. Det vises for øvrig til at de studiene som selskapet har vist til i klagen, ikke er utført på produktet WhiteBright, men andre tannblekingsmidler og tannkrem. I tillegg tar studiene kun for seg effekten av én ingrediens, enten PAP eller HAP. Når kun to komponenter er testet, er ikke dokumentasjonen dekkende for de påstandene selskapet har fremsatt i markedsføringen. En gjennomsnittsfbruker vil også oppfatte markedsføringen slik at påstandene er knyttet til produktet WhiteBright, og ikke bare to enkelte ingredienser.
- (28) Forbrukertilsynet er informert om at Mattilsynets vedtak overfor Diamond Dental er påklaget, men dette endrer ikke tilsynets vurdering av den fremlagte dokumentasjonen som er mottatt fra selskapet 11. desember 2023 og 21. mars 2025.
- (29) Forbrukertilsynet har registrert at hyperlenken på tidspunktet for illeggelse av tvangsmulkt var av større skriftstørrelse og tydeligere farge, enn på tidspunktet da forbudsvedtaket ble fattet. Etter Forbrukertilsynets vurdering er imidlertid hyperlenken fortsatt presentert på en uhensiktsmessig måte i strid med forbudsvedtaket punkt 5 første kulepunkt.
- (30) Forbrukertilsynet har ikke krevd at Diamond Dental skal oppgi i detalj hvordan selskapet kontrollerer at brukertaler stammer fra forbrukere som faktisk har brukt eller kjøpt WhiteBright. Selskapet må imidlertid gi klare nok opplysninger til at forbrukeren forstår hvordan selskapet faktisk forhindrer falske brukertaler. Dersom den eneste kontrollen Diamond Dental gjør er å manuelt eller automatisert å sjekke e-postadresse opp mot kunderegisteret for å verifisere at brukeren faktisk har brukt eller kjøpt produktet, er det dette som må fremgå klart i omtalevilkårene.
- (31) Forbrukertilsynet er fortsatt av den oppfatning at Diamond Dental har lagt ut brukertaler fra personer som på tidspunktet da brukertalene ble lagt inn, hverken hadde kjøpt eller bestilt produktet. Selv om forbrukeren faktisk har kjøpt produktet, er tidspunktet for når kjøperen kjøpte produktet og når brukertalen ble lagt inn av den konkrete brukeren, helt sentral i vurderingen. Forbrukertilsynet har sammenliknet datoene på oversendte fakturaer fra Diamond Dental og dato på de brukertalene som ble sendt inn av disse brukerne, og funnet at brukertaler ble sendt inn før brukerne faktisk kjøpte produktet.
- (32) Når det gjelder Diamond Dentals øvrige anførsler i klagen, viser Forbrukertilsynet til sine vurderinger i forbudsvedtaket 7. mars 2025, som fastholdes.

Markedsrådets vurdering

Innledning

- (33) Markedsrådet skal ta stilling til om det var grunnlag for Forbrukertilsynets avgjørelse 30. april 2025 om ileggelse av tvangsmulkt på 1 800 000 kroner overfor Diamond Dental.
- (34) Ileggelsen av tvangsmulkt gjelder overtredelse av Forbrukertilsynets forbudsvedtak 7. mars 2025. Forbrukertilsynet har begrunnet ileggelsen med at Diamond Dental har overtrådt samtlige tre forbudspunkt i vedtaket i perioden uke 13 til og med uke 17 i 2025.
- (35) Markedsrådet skal vurdere hvorvidt betingelsene for ileggelse av tvangsmulkt var til stede i perioden fra og med uke 13 til og med uke 17 i 2025. Markedsrådet har for sin vurdering lagt til grunn partenes skriftlige fremstillinger og de forhold som ble løftet frem under den muntlige behandlingen av saken.
- (36) Markedsrådet finner grunn til innledningsvis å påpeke at Diamond Dentals anførsler knyttet til hvorfor forbudsvedtaket ikke er overtrådt, og at det derfor ikke foreligger grunnlag for ileggelse av tvangsmulkt, i stor grad tilsvarer anførselene som er fremsatt i klagen over forbudsvedtaket. Diamond Dental er uenig i at selskapets handelspraksis har vært i strid med regelverket. Markedsrådet har allerede behandlet en rekke av disse anførselene i sak 2025/827, og vil i det følgende flere steder referere til vurderingene i vedtaket i den saken.
- (37) I Markedsrådets sak 2025/827 ble Forbrukertilsynets forbudsvedtak opprettholdt på alle punkter. Markedsrådet fant at Diamond Dentals handelspraksis frem til 7. mars 2025 hadde vært i strid med markedsføringsloven og forskrift om urimelig handelspraksis, og at det derfor var grunnlag for alle punktene i forbudsvedtaket. Spørsmålet i denne saken er med andre ord om Diamond Dental har foretatt de nødvendige endringene i markedsføringen av WhiteBright etter 7. mars 2025, slik at selskapet ikke kan anses å ha overtrådt forbudsvedtaket i perioden fra og med uke 13 til og med uke 17 i 2025.

Endringer i tråd med forbudsvedtaket punkt 1

- (38) Diamond Dental har vist til at annonsene i sosiale medier ble stoppet etter at forbudsvedtaket var truffet, og at Forbrukertilsynet har lagt uriktig faktum til grunn når tilsynet har vist til at det i den aktuelle perioden fremdeles ble markedsført i sosiale medier i strid med forbudsvedtaket punkt 1.
- (39) Markedsrådet finner det ikke nødvendig å ta stilling til hvorvidt annonsene i sosiale medier har vært aktive eller ikke, ettersom Diamond Dentals nettsider fortsatt var aktive i den aktuelle perioden og utgjorde villedende markedsføring i strid med forbudsvedtaket punkt 1. Det fremgår av forbudsvedtaket punkt 1 og tilhørende punkt 2 at ved overtredelse av ett eller flere av forbudene i punkt 1, skal Diamond Dental betale 120 000 kroner i tvangsmulkt for hver påbegynt kalenderuke overtredelsen finner sted. Forbudsvedtaket punkt 1 skiller ikke mellom hvorvidt overtredelsen skjer på selskapets nettsider og/eller i annonser i sosiale medier.
- (40) Markedsrådet har i sak 2025/827 lagt til grunn at selskapets markedsføring som inneholder gratis- og/eller prøvepåstander, må inneholde vesentlige opplysninger om at bestilling av produktet innebærer et abonnement som må sies opp for å unngå fornyelse, hvor hyppig forbrukeren får tilsendt nye pakker og den totale prisen for første pakke og videre forsendelser. Selskapets markedsføring på hovednettsiden og kampanjenettsiden inneholdt fortsatt gratis- og prøvepåstander i den aktuelle perioden.

- (41) Diamond Dental gir, på tilsvarende måte som forut for forbudsvedtaket, de aktuelle opplysningene i telefonskjemaet på selskapets landingsside til hovednettsiden og kampanjenettside. Opplysningene er imidlertid fortsatt presentert på en uklar, tvetydig og uhensiktsmessig måte, jf. markedsføringsloven § 8 første ledd første setning andre alternativ. Markedsrådet viser i denne forbindelse til vurderingene av dette i vedtaket i sak 2025/827 avsnittene 85 til 88.
- (42) På nettsiden registrerer Markedsrådet at klager fra og med uke 15 til og med uke 17 endret noe av teksten som omhandlet abonnementsavtalen, uten at Markedsrådet kan se at disse endringene er av betydning for spørsmålet om klager i den aktuelle perioden har overtrådt forbudsvedtaket punkt 1.
- (43) Markedsrådet legger etter dette til grunn at Diamond Dental i perioden fra uke 13 til og med uke 17 har overtrådt forbudsvedtakets punkt 1.

Endringer i tråd med forbudsvedtaket punkt 3

- (44) Når det gjelder spørsmålet om Diamond Dental har overtrådt forbudsvedtaket punkt 3, har selskapet blant annet anført at påstander som «effektive og trygge ingredienser» og «intensiv hvithetsformel», ikke kan inkluderes i vedtaket om illeggelse av tvangsmulkt, da slike påstander ikke kan anses å være omfattet av forbudet.
- (45) Markedsrådet bemerker at forbudsvedtaket punkt 3 både omfatter påstander som «dokumentert effekt», «ingredienser med dokumentert effekt» og «lignende».
- (46) Det fremgår av Ot.prp. nr. 34 (1994-1995) punkt 3.1.4.2 at selv om vedtaket ikke skulle vært utformet slik at det direkte rammer tilsvarende fremstilling, må det tolkes slik at det også gjelder tilnærmet identisk markedsføring. Årsaken til at et forbudsvedtak også skal ramme lignende eller tilnærmet identisk markedsføring er å forhindre omgåelser av forbudet. Det vises også til at tvangsmulkten vil utløses dersom markedsføringen gjentas i en form som etter vanlig fornuftig vurdering tilsvarer det forbudte. Det vil da være en gjennomsnittsforsbrukers forståelse av annonsebudskapet som vil være avgjørende, og ikke den næringsdrivendes formål.
- (47) I MR-2011-74 la Markedsrådet til grunn at klageren dels hadde fremsatt «tilsvarende påstandar som i forbudsvedtaket, og dels liknande påstandar, som også vert ramma av forbudsvedtaket». I den saken vurderte Markedsrådet at det bare var marginale forskjeller mellom formuleringene som «vil gå ned i vekt» og «kan gå ned i vekt». Markedsrådet uttrykte i den forbindelse at det var den samlede markedsføringssituasjonen som måtte vurderes.
- (48) Diamond Dental har i den aktuelle perioden markedsført produktet WhiteBright i annonser i sosiale medier og på hovednettsiden med blant annet påstander som «dokumentert effekt», «dokumentert effektive ingredienser», «Intensiv hvithetsformel med dokumentert effekt», «WhiteBright benytter kun dokumenterte ingredienser av høyeste kvalitet», «dokumenterte ingredienser «Hvitere tenner innen 7-14 dager».
- (49) Alle disse påstandene er egnet til å skape et inntrykk hos gjennomsnittsforsbrukeren om at WhiteBright har en positiv blekningseffekt, og at dette er dokumentert. Selv om Diamond Dental har fjernet ordet «dokumentert[e]» og «effekt/effektive» i enkelte av

påstandene, må disse påstandene anses å være «lignende» og tilnærmet identisk med det som forbys i forbudsvedtaket punkt 3.

- (50) En gjennomsnittsfbruker vil fortsatt oppfatte alle ovennevnte påstander som at produktet WhiteBright har en dokumentert blekningseffekt. Slike påstander må da også dokumenteres, se Markedsrådets vedtak i sak 2025/827 avsnittene 94 til 114.
- (51) Diamond Dental har ikke i perioden fra uke 13 til uke 17 fremlagt ytterligere og adekvat dokumentasjon for fremsatte påstandene om effekt. Dokumentasjonen Diamond Dental har vist til i klagen omhandler fortsatt bare noen av virkestoffene i WhiteBright og ikke produktet i sin helhet. Dette er ikke tilstrekkelig til å oppfylle dokumentasjonskravet etter markedsføringsloven § 6, jf. § 7, jf. § 3, se vurderingene i Markedsrådets vedtak i sak 2025/827 avsnittene 94 til 114.
- (52) Markedsrådet legger etter dette til grunn at Diamond Dental i perioden fra uke 13 til og med uke 17 har overtrådt forbudsvedtakets punkt 3.

Endringer i tråd med forbudsvedtaket punkt 5

- (53) Forbudsvedtakets punkt 5 var delt inn i seks ulike kulepunkt. I første kulepunkt forbys Diamond Dental å «presentere hyperlenken til selskapets vilkår for brukertaler på en uklar, uforståelig, tvetydig og uhensiktsmessig måte». Etter mottak av forbudsvedtaket har selskapet endret skriftstørrelse og farge på hyperlenken «Vilkår for brukertaler». I den aktuelle perioden var imidlertid hyperlenken fortsatt presentert nederst på nettsidene, slik at forbrukerne aktivt må skrolle ned på siden for å finne lenken. Hyperlenken var dermed fortsatt presentert på en uhensiktsmessig måte på nettsidene i strid med forbudsvedtaket punkt 5 første kulepunkt. Markedsrådet viser for øvrig til vurderingene i Markedsrådets vedtak i sak 2025/827 avsnitt 127 til 129.
- (54) Når det gjelder forbudet i kulepunkt 2 mot å «utelate opplysninger i selskapets vilkår for brukertaler om de spesifikke tiltakene selskapet gjør for å kontrollere at brukertaler stammer fra forbrukere som faktisk har kjøpt eller brukt det aktuelle produktet», har Diamond Dental anført at selskapet 24. mars 2025 la til ytterligere informasjon i omtalevilkårene. Det vises til at det er lagt inn en liste på seks punkter i vilkårene, der det i nærmere detalj beskrives hvordan brukertaler blir kontrollert før publisering. Diamond Dental hevder at det fremgår av disse punktene at både e-postadressen og navn på kunden sjekkes opp mot kunderegisteret.
- (55) Det fremgår av omtalevilkårene i forbindelse med innholdskontroll av brukertalene at:
 - «1. Det sjekkes om e-postadressen er ekte.
 - 2. Det sjekkes [at] forfatterens navn i omtalen stemmer overens med kunden som er tilknyttet omtalen.
 - 3. Kontrollere at innholdet ikke bryter med våre vilkår eller lov.
 - 4. Kontrollere at kundeforholdet er reelt og at omtalen er basert på en autentisk opplevelse av produktet.
 - 5. Kontrollere at eventuelle bilder/video eller lenker sendt sammen med produktet følger omtalevilkårene.

6. Til slutt analyseres omtaleteksten gjennom et verktøy for å sjekke at teksten ikke er AI-generert.

- (56) Diamond Dentals beskrivelse av hvordan selskapet kontrollerer at brukeromtaler stammer fra forbrukere som faktisk har kjøpt eller brukt det aktuelle produktet, er fortsatt uklare. Punktlisten som selskapet har inntatt i omtalevilkårene er kun en generell beskrivelse av rutine og tiltakene, og er ikke egnet til å sannsynliggjøre at det treffes rimelige og forholdsmessige tiltak for å sikre at brukeromtalene stammer fra forbrukere som faktisk har brukt eller kjøpt produktet. Dersom det er riktig at den eneste kontrollen Diamond Dental gjør for å kontrollere om brukeromtalen er reell er å sjekke, manuelt eller automatisk, e-postadresse og navn opp mot kunderegisteret, må dette fremgå klart og tydelig i omtalevilkårene. Markedsrådet legger derfor til grunn at også kulepunkt 2 i forbudsvedtakets punkt 5 er overtrådt i perioden fra uke 13 til og med uke 17.
- (57) Ettersom punkt 6 i forbudsvedtaket presiserer at tvangsmulkt vil starte å løpe dersom «ett eller flere av forbudene i punkt 5 [overtres]», vil det ikke være av betydning for Markedsrådets konklusjon å gå inn på de øvrige kulepunktene i forbudsvedtaket. Markedsrådet viser likevel til Forbrukertilsynets vurderinger i vedtakets punkt 6.2.3 til 6.2.6, som Markedsrådet i all hovedsak slutter seg til.
- (58) Markedsrådet legger etter dette til grunn at Diamond Dental i perioden fra uke 13 til og med uke 17 har overtrådt forbudsvedtakets punkt 5.

Tvangsmulktens størrelse

- (59) Diamond Dental har subsidiært reist innsigelser til tvangsmulktens størrelse, som etter selskapets oppfatning er uforholdsmessig høy. Markedsrådet har i vedtak i sak 2025/827 stadfestet Forbrukertilsynets forbudsvedtak med tvangsmulkt på 120 000 kroner for hver påbegynt kalenderuke selskapet eventuelt skulle overtre hvert av forbudene i vedtaket. Markedsføringsloven § 41 femte ledd åpner for at allerede utløst tvangsmulkt «[i] særlige tilfeller kan [...] reduseres eller frafalles». Bestemmelsen er en lempningsregel og er ment å være en sikkerhetsventil for særlige tilfeller, jf. Ot.prp. nr. 55 (2007-2008) side 213. Ordlyden tilsier at det er tale om en snever unntaksregel. Markedsrådet kan ikke se at det er lagt frem opplysninger som skulle tilsi bruk av denne unntaksregelen.

Konklusjon

- (60) Markedsrådets konklusjon er at klagen ikke fører frem. Forbrukertilsynets illeggelse av tvangsmulkt 30. april 2025 overfor Diamond Dental stadfestes.

Avgjørelse

Klagen tas ikke til følge. Forbrukertilsynets illeggelse av tvangsmulkt på 1 800 000 kroner overfor Diamond Dental AS 30. april 2025 stadfestes.

Avgjørelsen er enstemmig.

Dokumentet er elektronisk godkjent og har ingen signatur