



Markedsrådet

Markedsrådets avgjørelse 6. desember 2022

Sak: 2022/966
Klager: Nordlysenergi AS og Stefan Manov
Innklaget: Forbrukertilsynet

Markedsrådets medlemmer: Jens-Henrik Lien, Tormod Anders Sletten og Monica Viken

Sakens bakgrunn:

- (1) Saken gjelder klager over Forbrukertilsynets vedtak 2. mai 2022 overfor både Nordlysenergi AS (heretter også «selskapet») og Stefan Manov, som er daglig leder og styreleder i selskapet (heretter også omtalt bare som «Manov» eller «daglig leder»). Selskapet ble ilagt overtredelsesgebyr på én million kroner og en løpende tvangsmulkt for brudd på mfl. § 6, jf. § 7. Manov ble ilagt overtredelsesgebyr på 200 000 kroner.
- (2) Forbrukertilsynet mottok 13. januar 2021 en klage på selskapets markedsføring av strømvartalen *WINTER IS COMING*, med påstand om at det ikke kunne være riktig at man betalte null kroner i påslag.
- (3) På nettsiden til selskapet stod det like over «WINTER IS COMING – BILLIGSTE SPOTPRISAVTALEN», hvor man like under kunne klikke på «BESTILL NÅ!» følgende 23. februar 2021:

«0øre/kWh i påslag & 0kr i månedsbeløp

Billigere enn Tibber, Fjordkraft, Hafslund Strøm & alle andre».
- (4) Like under stod det med liten skrift: «Gjelder varige spotprisavtaler».
- (5) Forbrukertilsynet kontaktet selskapet 5. mars 2021 vedrørende den nevnte markedsføringen og bruk av urimelige avtalevilkår for strømvartalen *WINTER IS COMING*. I brevet ble det også formidlet at tilsynet var kjent med at selskapet også markedsførte en annen strømvartale under nesten samme navn, nemlig avtalen *WINTER IS COMING 2.0*. Fra brevet siteres følgende fra tilsynets omtale av de to strømvartalene:

«Da Forbrukertilsynet undersøkte strompris.no var det hele 6 avtaler som var billigere eller like billig som avtalen [*WINTER IS COMING*] under kategorien spotprisavtaler med prisgaranti på mer enn 12 måneder [...]. Vi kan ikke se at alle disse avtalene er tidsbegrensede. Dette omfatter en av [selskapets] egne avtaler, [*WINTER IS COMING 2.0*], som etter det som opplyses er billigere enn [*WINTER IS COMING*]. Prisen for [*WINTER IS COMING 2.0*] garanteres i 13 måneder, og Forbrukertilsynet har ikke funnet opplysninger om at avtalen er tidsbegrenset. Vi legger derfor til grunn at avtalen [*WINTER IS COMING 2.0*] er en billigere varig spotprisavtale enn [*WINTER IS COMING*]».

- (6) Selskapet bestridte 21. mars 2021 at deres markedsføring og avtalevilkår var i strid med markedsføringsloven.
- (7) På *strompris.no* var selskapets spotprisavtale *WINTER IS COMING 2.0* rangert som den tredje rimeligste strømvatlen 22. mars 2022.¹
- (8) I april 2021 stod det følgende på selskapets hjemmeside: «Vi tilbyr billigere spotprisavtale enn Motkraft, Tibber, Fjordkraft, Hafslund Strøm og alle andre». Like under stod det med mindre skrift: «Sammenligningen omfatter varige, ikke begrensede og synlige spotprisavtaler. Les mer om sammenligningen og markedsføringen [her](#) [klikkbare lenke]».²
- (9) Det fremgikk at strømvatlen *WINTER IS COMING* var en spotprisavtale med null kroner i både påslag og månedsbeløp: «Bestill og spar penger med vår billige strømvatlen som er varig. Helt uten påslag eller månedsbeløp». Videre stod det blant annet følgende:

«Dette er Norges billigste spotprisavtale som er varig. Forutsetter 12 måneder bindingstid. Avtalen er like god under de 12 månedene som etter».
- (10) Forbrukertilsynet kontaktet selskapet på nytt 20. april 2021. Det ble da vist til at man hadde mottatt flere klager på selskapets markedsføring, deriblant én fra Fjordkraft AS vedrørende selskapets bruk av billigstpåstander på hjemmesiden. Tilsynet ba blant annet om at Nordlysenergi AS ettersendte dokumentasjon på at billigstpåstandene vedrørende strømvatlen *WINTER IS COMING* var korrekte, samt en redegjørelse om selskapets rutiner for å sikre at påstander i markedsføringen er riktige.
- (11) Henvendelsen ble besvart 6. mai 2021, og det ble da på nytt bestridt at selskapets praksis var i strid med regelverket. Selskapet viste blant annet til at ingen konkurrenter «har en billigere varig spotprisavtale som de profilerer på sin hovedside». Samtidig ble det orientert om at selskapet likevel hadde valgt å endre formulering knyttet til at deres strømvatlen *WINTER IS COMING* er billigere enn konkurrentenes. Billigstpåstanden hadde nå følgende forbehold: «Sammenligningen omfatter varige og profilerte spotprisavtaler på konkurrentens hovedside».³
- (12) Forbrukertilsynet mottok to nye klager fra forbrukere på den ovennevnte markedsføringen, henholdsvis 7. juli 2021 og 16. september 2021.

¹ Skjermdump tatt 22. mars 2022 kl. 16.43.

² Skjermdump tatt både 6. og 28. april 2021.

³ Skjermdumper viser at billigstpåstanden og forbeholdet også var i bruk 4. juni 2021 og 19. oktober 2021.

- (13) På nettsiden til selskapet stod det 3. desember 2021 fremdeles følgende: «**WINTER IS COMING – Billigste spotprisavtale**» (fet skrift i original).
- (14) Selskapet ble i forhåndsvarsel 7. desember 2021 varslet om illeggelse av overtredelsesgebyr på 400 000 kroner og en løpende tvangsmulkt på én million kroner for hver gang en nærmere definert forbudsbestemmelse ble overtrådt. Det vises til vedtaket, inntatt under, som, med unntak av beløpene, tilsvarende varselet. I varselet var det vist til at selskapet fremdeles benyttet seg av den omtalte bruken av billigstpåstander på sin hjemmeside, og at det ikke var mottatt dekkende dokumentasjon for påstandene.
- (15) Samme dag ble det også varslet om illeggelse av overtredelsesgebyr mot daglig leder for medvirkning til selskapets lovbrudd.
- (16) Forbrukertilsynet fattet 2. mai 2022 vedtak om overtredelsesgebyr og vedtak med tvangsmulkt mot selskapet for brudd på markedsføringslovens bestemmelser om villedende markedsføring. Vedtaket var formulert slik:
- «1) NordlysEnergi AS ilegges et overtredelsesgebyr på 1 000 000 - enmillion - kroner for brudd på markedsføringsloven § 6, jf. § 7.**
- 2) Med hjemmel i markedsføringsloven § 6, jf. § 7, forbyr Forbrukertilsynet NordlysEnergi AS, i enhver form for markedsføring, å benytte påstander som «Billigere enn Tibber, Fjordkraft, Hafslund Strøm og alle andre», «Billigste spotprisavtale» eller tilsvarende uttrykk som kan gi inntrykk av at selskapet har den billigste strømværet eller er den billigste strømleverandøren, dersom selskapet ikke har dokumentasjon som sannsynliggjør at påstanden er sann.**
- 3) NordlysEnergi AS skal betale 500 000 - femhundretusen - kroner i tvangsmulkt for hver uke selskapet overtrer eller medvirker til overtredelse av forbudet i punkt 1. Det vil være tilstrekkelig at Nordlys bryter forbudsvedtaket en gang i løpet av en kalenderuke for å ilegge tvangsmulkt for den aktuelle uken. Tvangsmulkten løper fra og med mandag 16.05.2022, slik at fristen for oppfyllelse er søndag 15.05.2022.»**
- (17) Av vedtaket fremgikk det at Nordlysenergi AS hadde anvendt billigstpåstander i sin markedsføring på selskapets nettside «med mindre variasjoner fra i hvert fall 23.02.2021, og er fortsatt pågående».
- (18) Forbrukertilsynet fattet samme dag også vedtak mot daglig leder, for medvirkning til brudd på markedsføringslovens bestemmelser om villedende markedsføring. I vedtaket stod det at man vurderte Manov, i kraft av sine roller som daglig leder og styreleder i selskapet, å være vedkommende som i realiteten stod bak lovbruddene. Det var vist til at den lovstridige praksisen hadde hatt en fremtredende plass på selskapets nettside over lang tid, og at daglig leder dermed utvilsomt måtte være godt kjent med denne. Videre var det vist til at det var Manov selv som hadde ført dialogen med Forbrukertilsynet på vegne av selskapet.
- (19) Nordlysenergi AS og Stefan Manov (heretter omtales begge i fellesskap som «klagerne») påklaget vedtakene 6. juni 2022. Forbrukertilsynet har vurdert klagen, men opprettholdt vedtakene. 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 26. oktober 2022.

Anførsler:

Klagerne har i det vesentlige anført:

- (21) Forbrukertilsynet har ikke gjort en konkret, grundig og individuell vurdering av forholdene i saken. Dette gjelder både for vedtaket mot selskapet og vedtaket mot daglig leder.
- (22) Det bestrides at markedsføringen i seg selv har vært i strid med markedsføringslovens bestemmelser, da det utelukkende er dokumentasjonsgrunnlaget som ikke har vært tilstrekkelig. Under enhver omstendighet er det ikke tale om et grovt brudd på loven, og markedsføringspraksisen har uansett ikke vært av et stort omfang. Det vises til at den aktuelle spotprisavtalen utvilsomt må være en av de aller billigste spotprisavtalene, slik at forbrukerne ikke kan ha lidd et betydelig økonomisk tap ved å skifte til denne avtalen.
- (23) Overtredelsesgebyret er satt for høyt, sett hen til de beløp som er ilagt Agva Kraft AS og Motkraft AS for tilsvarende overtredelser. Det vises til at selskapets driftsresultat i 2020 var 1,7 millioner kroner, mens Agva Kraft AS' overskudd var 26,9 millioner kroner. Nordlysenergi AS har fått i underkant av 1 500 kunder på den aktuelle markedsføringen, mens Motkraft AS har fått 20 000 kunder på sin markedsføring. Videre gjenspeiler ikke gebyret den økonomiske fortjenesten som selskapet har hatt på markedsføringen.
- (24) Når det gjelder vedtaket mot daglig leder, vises det til at vedtaket og utmålingen er nesten identisk som mot daglig leder i Markedsrådets sak 2022/944, til tross for forskjellige situasjoner. Gebyret for medvirkning er satt likt, selv om daglig leder hos Agva Kraft AS har fem ganger høyere inntekt. Videre utgjør gebyret omtrent 50 prosent av bruttoinntekten til daglig leder hos Nordlysenergi AS, som er urimelig. Daglig leder har videre verken opptrådt forsettlig eller grovt uaktsomt. Under enhver omstendighet må gebyret reduseres betydelig.

Forbrukertilsynet har i det vesentlige anført:

- (25) Selskapets bruk av billigspåstander må forstås som at den aktuelle avtalen er den billigste spotprisavtalen for norske forbrukere. Dette både isolert og sett i sammenheng med forbehold om at dette er basert på en sammenligning med «varige og profilerte spotprisavtaler på konkurrentens hovedside» og ved henvisningen til annen informasjon på nettsiden. Selskapet har ikke fremlagt dokumentasjon som underbygger at deres strømvavtale faktisk er billigst. Det hører til at selskapet selv har en enda billigere strømvavtale enn den som markedsføres som den rimeligste på markedet. Det presiseres at én enkelt avsjekk med Forbrukerrådets strømprisportal uansett ikke er tilstrekkelig for å oppfylle kravene som stilles til forundersøkelse og dokumentasjon. Billigspåstandene er derfor egnet til å villedde forbrukerne med hensyn til eksistensen av en prisfordel, jf. mfl. § 7 første ledd bokstav d.
- (26) Lovbruddene utgjør en vesentlig overtredelse av markedsføringsloven. De fremstår særlig alvorlige med tanke på at selskapet selv har en strømvavtale som er vesentlig

billigere enn den som markedsføres som billigst. Skadepotensialet ved de villedende billigstpåstandene er stort. At den enkelte forbruker eventuelt har lidt kun et begrenset økonomisk tap, er i denne sammenheng av mindre betydning.

- (27) Overtredelsesgebyrene mot selskapet og Manov er ikke satt for høyt. Utmålingen er basert på at det ikke skal lønne seg økonomisk å bryte loven og for at reglene skal bli tatt tilstrekkelig på alvor.

Markedsrådets vurdering:

Innledning

- (28) Markedsrådet skal ta stilling til gyldigheten av Forbrukertilsynets vedtak av 2. mai 2022 om illeggelse av overtredelsesgebyr og forbudsvedtak med tvangsmulkt mot Nordlysenergi AS og vedtak om overtredelsesgebyr mot daglig leder og styreleder Stefan Manov.
- (29) Vilklårene for å ilegge vedtak om overtredelsesgebyr følger av mfl. § 42, jf. § 39 første ledd. Illeggelse av forbudsvedtak og tvangsmulkt følger av mfl. § 40 og § 41, 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 to varianter av billigstpåstander om strømvartalen *WINTER IS COMING* på sin hjemmeside i perioden februar 2021 til mai 2022.
- (31) Markedsrådet har kommet til at vedtakene er gyldige for så vidt gjelder forbudsvedtaket med tvangsmulkt, men klagerne får delvis medhold når det gjelder utmåling av overtredelsesgebyrene. I det følgende skal Markedsrådet begrunne sitt standpunkt nærmere.

Billigstpåstander i markedsføring av strømvartaler

- (32) 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, jf. fjerde ledd. En handelspraksis er villedende dersom den inneholder uriktige opplysninger, eller på annen måte er egnet til å villedde forbrukerne.
- (33) Nordlysenergi AS er et strømselskap som leverer strøm til forbrukere og bedrifter. For forbrukerne er strøm et nødvendighetsgode. Før Markedsrådet går nærmere inn på de konkrete vurderinger i saken gis det noen overordnede kommentarer til markedsføring i strømmarkedet.
- (34) Strøm er en generisk ytelse, i den forstand at forbrukeren vil motta samme strøm uavhengig av hvilken strømleverandør det inngås avtale med. Ved markedsføring av strømvartaler vil dermed strømprisen være det sentrale elementet som skiller de ulike selskaper. Hvert strømselskap tilbyr ofte flere ulike typer strømvartaler, eksempelvis spotpris med påslag og månedsgebyr, spotpris med pristak, variable avtaler, forvaltningsavtaler, fastprisavtaler m.m. Ved spotprisavtaler fastsettes strømprisen av markedspris på kraftbørsen Nord Pool og er lik for alle strømselskaper. Prisen ut til kundene vil kun variere ut fra eventuelle påslag eller andre gebyrer. Hvilken type spotprisavtale en forbruker har, påvirker også strømprisen. Dersom en forbruker har en

timesspotavtale, følger strømprisen markedsprisen på Nord Pool time for time, slik at det har betydning for strømprisen når på døgnet forbrukeren bruker strømmen. Ved en gjennomsnittsspotavtale, legges en vektet eller uvektet gjennomsnittspris til grunn for den strømprisen forbrukeren betaler. For slike avtaler har det ingen betydning for forbrukers strømpris når på døgnet strømmen brukes. Strømprisen vil også variere ut fra forbrukers bosted (prisområde) og totale strømforbruk. Fastprisavtaler per kWh vil være helt uavhengig av markedsprisen på Nord Pool.

- (35) Forbrukerrådet har opprettet en strømprisportal (*strompris.no*), som er en prissammenligningstjeneste som overvåker markedet og dermed skal vise de beste strømavtalene for den enkelte forbruker. Strømprisportalen viser avtaler som er åpen for nytegnning. Forbrukeren kan legge inn bosted og eget årlig strømforbruk og få opp en rangert liste over de antatt beste avtalene. Portalen utarbeides på bakgrunn av en rapporteringsplikt, fastsatt i forskrift om rapporteringsplikt for kraftleveringsavtaler (FOR-2015-03-09-194). Markedsrådet har i sak MR-2022-944 (Agva Kraft AS) kommet til at en topplassing i portalen ikke egner seg for å dokumentere at en bestemt strømavtale er billigst til enhver tid for enhver forbruker. Portalen er ikke utformet med tanke på at næringsdrivende skal kunne bruke portalen som kilde for å oppfylle dokumentasjonskravene ved bruk av billigstpåstander i markedsføringen.
- (36) Markedsrådet har vurdert selskapets ulike billigstpåstander knyttet til strømavtalen *WINTER IS COMING*, spesielt slik disse fremkom på selskapets hjemmeside i perioden februar 2021 til mai 2022.
- (37) Påstandene 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 strømpriser har økt de siste par årene. Forbeholdet om at påstanden gjelder «varige spotprisavtaler» eller «varige og profilerte spotprisavtaler på konkurrentens hovedside» endrer ikke dette. Markedsrådet er enig med Forbrukertilsynet i at gjennomsnittsforbrukeren vil oppfatte avtalen *WINTER IS COMING* som billigere enn alle andre spotprisavtaler for alle forbrukere i Norge, uavhengig av den enkelte forbrukers strømforbruk og andre faktorer som kan påvirke prisen.
- (38) Fremsatte generelle påstander i markedsføringen må dokumenteres, jf. mfl. § 3 andre ledd. Ved manglende dokumentasjon for at de fremsatte billigstpåstander 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.
- (39) 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) og MR 2019-832 (Power). 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 har lagt

til grunn at dette i særdeleshet gjelder for prismarkedsføring i strømmarkedet, jf. MR-2022-944 (Agva Kraft AS).

- (40) Selskapet anfører at når strømvartalen *WINTER IS COMING* har null øre/kWh i påslag og null kroner i månedsgebyr vil den alltid være billigere enn andre avtaler som har påslag eller månedsgebyr. Til dette kommenterer Markedsrådet at kompleksiteten i de ulike elementer som har betydning for den prisen forbrukeren betaler, gjør det svært vanskelig på generelt grunnlag å si at en bestemt strømvartale er billigere enn andre. Selskapet tilbyr selv avtalen *WINTER IS COMING* 2.0, med negativt påslag, som på kort sikt fremstår billigere enn *WINTER IS COMING*. Markedsrådet presiserer også at en ren henvisning til en god plassering på strømprisportalen ikke egner seg som dokumentasjon for generelle billigstpåstander, jf. MR-2022-944 (Agva Kraft AS). Selskapet har ikke fremlagt andre former for undersøkelser eller dokumentasjon som viser at spotprisavtalen *WINTER IS COMING* er billigst.
- (41) Markedsrådet har kommet til at selskapet ikke har dokumentert sine billigstpåstander og påstandene anses utvilsomt å være egnet til å villedde forbrukerne, jf. mfl. § 7 første ledd bokstav d.

Påvirkningsvilkåret

- (42) 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. Begrepet «økonomisk beslutning» har samme innhold som direktivets begrep «transaksjonsbeslutning». Påvirkningsvilkåret innebærer ikke et krav om at forbrukerne faktisk treffer en økonomisk beslutning, jf. Ot.prp. nr. 55 (2007–2008) s. 195–196.
- (43) Markedsrådet har i tidligere saker uttalt at påvirkningsvilkåret i utgangspunktet lett vil være oppfylt ved villedende prismarkedsføring, jf. MR-2019-832 (Power). Markedsrådet er videre enig med Forbrukertilsynet i at påvirkningsvilkåret lett vil være oppfylt ved villedende markedsføring av prisfordeler i strømmarkedet, da pris gjerne er den viktigste faktoren for forbruker ved valg av strømvartale. Strøm er en generisk ytelse og strømselskapene bruker hovedsakelig prisen overfor forbrukerne som virkemiddel for å skille seg ut. Markedsrådet har kommet til at det ikke er tvilsomt at selskapets bruk av billigstpåstander i markedsføringen er egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en økonomisk beslutning de ellers ikke ville ha truffet.
- (44) Markedsrådet har funnet det bevist med klar sannsynlighetsovervekt at selskapets bruk av billigstpåstander i markedsføringen er villedende og dermed urimelig handelspraksis, jf. mfl. § 6, jf. § 7.

Ileggelse av overtredelsesgebyr

- (45) 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. Forbrukertilsynet har hatt tilstrekkelig vedtakskompetanse i saken, idet hensynet til forbrukerne og allmennpreventive hensyn taler for å reagere mot overtredelsen i form av overtredelsesgebyr.

- (46) 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. 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) Videre må overtredelsen være vesentlig eller ha skjedd gjentatte ganger. Et moment i vesentlighetsvurderingen er overtredelsens art. Strøm er et nødvendighetsgode og søkelyset på sterkt økende priser i 2021 har skapt uro blant forbrukerne. Markedsrådet legger vekt på at billigspåstander derfor vil kunne ha en særlig stor effekt, og brudd på regler om villedende prismarkedsføring i strømmarkedet vil raskt være vesentlig. Markedsrådet er videre enig med Forbrukertilsynet i at strømmarkedet er preget av til dels kompliserte prisstrukturer for enkelte avtaletyper, som det kan være vanskelig for forbrukerne å sette seg inn i. Dette gjør det vanskelig å sammenligne ulike strømleverandører og avtaletyper. Udokumenterte billigspåstander vil dermed påvirke forbrukerne i stor grad. Overtredelsens art tilsier at vesentlighetskriteriet er oppfylt.
- (48) Antall forbrukere som har vært eksponert for markedsføringen vil også være et moment i vesentlighetsvurderingen, jf. MR-2013-207 (Norsk Tipping). Markedsrådet legger til grunn at billigspåstandene er fremsatt i en periode på over ett år på selskapets hjemmeside. Med unntak av markedsføring via dørsalg, er det ikke fremlagt bevis på at billigspåstandene er fremsatt i andre kanaler, inkludert sosiale medier. Markedsrådet legger til grunn at skadepotensialet reduseres noe av at markedsføringen er begrenset til selskapets hjemmeside og dørsalg. Selskapet valgte imidlertid å fortsette den ulovlige markedsføringen også etter at det var opprettet dialog med Forbrukertilsynet, med økt eksponering som resultat. Markedsrådet har dermed kommet til at det anses bevist med klar sannsynlighetsovervekt at overtredelsen er vesentlig.
- (49) Forbrukertilsynet anfører prinsipalt at selskapet har opptrådt forsettlig, subsidiært grovt uaktsomt. Selskapet anfører at billigspåstandene er fremsatt i tro om at spotprisavtalen *WINTER IS COMING*, med null øre/kWh i påslag og null kroner i månedsgebyr, faktisk var billigere enn sammenlignbare avtaler hos konkurrenter.
- (50) Markedsrådet skal vurdere om selskapet med hensikt har brukt billigspåstandene selv om det må ha vært klar over at påstandene sikkert, eller mest sannsynlig, ikke kunne dokumenteres og likevel har valgt å fremsette påstandene. Markedsrådet legger en viss vekt på at selskapet i den muntlige høringen viste til at det hadde en reell forståelse av at avtalen *WINTER IS COMING*, uten påslag og gebyrer, på sikt ville være en svært god avtale for forbrukerne og at det ikke var mulig å tilby noen gunstigere pris enn dette. Sammenligningen med konkurrentenes spotprisavtaler var imidlertid sporadisk og kunne ikke gi grunnlag for en oppfatning av at selskapets avtale til enhver tid var billigere enn konkurrentenes. Markedsrådet har vært noe i tvil når det gjelder spørsmålet om selskapet har opptrådt forsettlig, men legger til grunn at det ikke var en bevisst strategi å villedde kundene med den aktuelle strømvavtalen. Markedsrådet bemerker likevel at selskapet, som en profesjonell aktør, skal kjenne regelverket for markedsføring og vite at det stilles krav til dokumentasjon for påstander om konkrete forhold, så som pris. Når billigspåstander var en så sentral del av markedsføringen av den aktuelle spotprisavtalen, heves terskelen for aktsomhet. Etter Markedsrådets vurdering har selskapet derfor opptrådt sterkt klanderverdig og klart i strid med kravet til forsvarlig opptreden. Nordlysenergi AS burde ha forstått at de ikke kunne dokumentere sine billigspåstander. Markedsrådet finner at dette fremstår som så klart at uaktsomheten må betegnes som grov.

- (51) Overtredelsesgebyret skal utmåles etter en konkret vurdering i det enkelte tilfelle. Ved fastsettelse 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 loven, jf. Ot.prp. nr. 55 (2007-2008) s. 214.
- (52) Selskapet anfører at sanksjonsnivået er for høyt sammenlignet med tidligere praksis fra Forbrukertilsynet og Markedsrådet. Markedsrådet påpeker at sanksjonsnivået fra tidligere praksis ikke er retningsgivende alene. Det er de konkrete forhold i denne saken som er avgjørende for utmålingen. Allmenn- og individualpreventive hensyn tilsier at gebyret settes forholdsvis høyt. Strømmarkedet, slik det har utviklet seg de siste par årene, må anses å være spesielt sårbart for villedende prismarkedsføring overfor forbrukere.
- (53) Ved utmålingen legger Markedsrådet en viss vekt på at den skriftlige markedsføringen er begrenset til selskapets hjemmeside og at det ikke er fremlagt bevis på at selskapet har fått mange nye kunder på grunn av den ulovlige markedsføringen.
- (54) I tillegg skal graden av utvist skyld vektlegges, jf. Lunde og Michaelsen s. 449. Markedsrådet har funnet det bevist med klar sannsynlighetsovervekt at overtredelsen er grov uaktsom, men ikke forsettlig. Dette tilsier at gebyret bør settes forholdsvis høyt, men noe lavere enn Forbrukertilsynets vurdering i sitt vedtak. Markedsrådet mener også at det er konkrete forhold i denne saken, spesielt sett hen til selskapets økonomiske situasjon, som tilsier at gebyret bør nedsettes. Forbrukertilsynet hadde i sitt forhåndsvarsel ilagt overtredelsesgebyr på 400 000 kroner. Selv om den ulovlige praksisen fortsatte også etter at varsel ble sendt, kan ikke Markedsrådet se at det i ettertid er kommet til nye forhold i saken som skulle tilsi en økning av gebyret til én million kroner.
- (55) Markedsrådet har kommet til at vedtak om overtredelsesgebyr overfor selskapet er gyldig, men gebyret nedsettes til 400 000 kroner.

Forbudsvedtak med tvangsmulkt

- (56) Forbudsvedtak med tvangsmulkt mot selskapet er ilagt for å forhindre brudd på mfl. § 6, jf. § 7 fremover i tid. Tvangsmulkten utløses dersom selskapet i fremtiden begår lovbrudd som omfattes av forbudsvedtaket. Ved fastsettelse av tvangsmulktens størrelse skal det legges vekt på at det ikke skal lønne seg å overtre vedtaket, jf. mfl. § 41 andre ledd. Tvangsmulkten skal utgjøre et reelt oppfylleelsespress.
- (57) Markedsrådet legger til grunn at det vil være enkelt for selskapet å unngå bruk av udokumenterte billigstpåstander i fremtiden. Markedsrådet er enig i Forbrukertilsynets vurderinger av illeggelse av forbudsvedtak med tvangsmulkt, også når det gjelder størrelsen på tvangsmulkten som en løpende mulkt.
- (58) Markedsrådet har kommet til at forbudsvedtak med tvangsmulkt er gyldig.

Ileggelse av overtredelsesgebyr for medvirkning

- (59) Det følger av mfl. § 39 tredje ledd at vedtak også kan rettes mot medvirkere. Vedtaket om overtredelsesgebyr er fattet med hjemmel i mfl. § 42, jf. § 39.

- (60) Overtredelsesgebyret er en sanksjon som skal ilegges for lovbrudd som Manov, i kraft av sine roller som daglig leder og styreleder i Nordlysenergi AS, har begått. Lovbruddet består i at daglig leder har medvirket til at selskapet har benyttet villedende billigspåstander i sin markedsføring, i strid mfl. § 6, jf. § 7.
- (61) Manov har vært daglig leder i selskapet siden 23. januar 2018 og styreleder siden registrering av selskapet i Foretaksregisteret 11. mai 2021. Manov har dermed vært daglig leder i selskapet i hele perioden den lovstridige markedsføringen har pågått.
- (62) Markedsrådet er enig med Forbrukertilsynet i at hensynet til en effektiv håndheving, samt individual- og allmennpreventive hensyn, tilsier at vedtak også bør rettes mot daglig leder som medvirker.
- (63) Vurderingstemaet er om daglig leder faktisk har medvirket, ikke nødvendigvis fysisk, men ved utøvelse av beslutningsmyndighet eller reell påvirkning, jf. Ot.prp. nr. 34 (1994-1995) s. 28. Det må sannsynliggjøres at daglig leder gjennom sin rolle i firmaet har medvirket til lovbruddet, jf. Ot.prp. nr. 55 (2007-2008) s. 212. Markedsrådet viser til at Manov, som følge av rollen som daglig leder, har det overordnede ansvaret for selskapets daglige drift, jf. aksjeloven § 6-14. Daglig leders ansvar vil blant annet omfatte ansvar for at forvaltningen av selskapet er i samsvar med lovbestemmelser og forskrifter, herunder ansvar for tilstrekkelig gode rutiner for å sikre at selskapet overholder markedsføringslovens bestemmelser.
- (64) Markedsrådet finner det bevist med klar sannsynlighetsovervekt at daglig leder har medvirket til selskapets ulovlige bruk av billigspåstander. Nordlysenergi AS er et forholdsvis lite selskap med få ansatte og den reelle påvirkningen daglig leder og styreleder har på selskapets praksis anses å være stor. Daglig leder må ha vært tett på utformingen av de udokumenterte billigspåstandene og var også den som var i direkte dialog med Forbrukertilsynet om saken. Gjennom sin rolle har daglig leder plikt til å sette seg grundig inn i reglene for markedsføring og kravene til dokumentasjon for fremsatte påstander. Markedsrådet har funnet det bevist med klar sannsynlighetsovervekt at daglig leder er sterkt å bebreide og følgelig har opptrådt grovt uaktsomt. Det anses videre sterkt klanderverdig at den ulovlige praksisen fortsatte, også etter varselet fra Forbrukertilsynet. Vilkår for illeggelse av overtredelsesgebyr overfor daglig leder anses oppfylt.
- (65) Ved utmålingen av gebyret skal det tas hensyn til overtredelsens art, omfang og virkninger, jf. mfl. § 42 andre ledd. Også graden av skyld kan tillegges vekt. Markedsrådet har kommet frem til at daglig leder har opptrådt grovt uaktsomt, men ikke forsettlig, og det tilsier at gebyret nedsettes noe. Ved utmålingen av gebyret legges det videre vekt på at daglig leder har en forholdsvis lav inntekt. Gebyret nedsettes derfor skjønnsmessig.
- (66) Markedsrådet har kommet til at vedtak om overtredelsesgebyret overfor daglig leder er gyldig, men gebyret nedsettes skjønnsmessig til 50 000 kroner.

Konklusjon

- (67) Markedsrådet har etter dette kommet til at klagen ikke tas følge for så vidt gjelder gyldigheten av forbudsvedtaket og vedtaket om tvangsmulkt. Klagen tas delvis til følge

når det gjelder utmåling av overtredelsesgebyr ved at dette nedsettes skjønnsmessig til 400 000 kroner for selskapet og 50 000 kroner for medvirker.

(68) Vedtaket er enstemmig.

Vedtak:

Markedsrådet fatter etter dette følgende vedtak:

Klagen tas ikke til følge for forbudsvedtak med tvangsmulkt.

Klagen tas delvis til følge for utmålingen av overtredelsesgebyr for Nordlysenergi AS:

Nordlysenergi AS ilegges overtredelsesgebyr på 400 000 – firehundretusen – kroner for brudd på markedsføringsloven § 6, jf. § 7.

Klagen tas delvis til følge for utmåling av overtredelsesgebyr for Stefan Manov:

Stefan Manov ilegges et overtredelsesgebyr på 50 000 - femtitusen - kroner for brudd på markedsføringsloven § 6, jf. § 7.

Dokumentet er godkjent elektronisk