

Bransjenorm for markedsføring av bolig

August 2014

Innhold

1. Forord	2
2. Formål.....	2
3. Generell del	2
3.1 Eierforhold.....	2
3.2 Krav til opplysninger om økonomiske forhold i markedsføringen.....	2
3.3 Faktiske opplysninger om boligen.....	5
3.4 Boligens beliggenhet.....	6
3.5 Avbildning og illustrasjoner.....	7
3.6 Bruk av superlativer.....	7
3.7 Spesielle/uvanlige avtaleforhold.....	7
3.8 Tid for visning og innflytting.....	7
3.9 Lånetilbud.....	7
3.10 Andre forhold ved boligen.....	7
3.11 Energiattest og energimerke.....	8
4. Særlig om markedsføring av bolig under oppføring	8
4.1 Boliger under oppføring	8
4.2 Pris	8
4.3 Avbildning og illustrasjoner.....	8
4.4 Salgsoppgave.....	8
4.5 Forbehold fra selger	8

1. Forord

Bransjenormen er utviklet av bransjen, representert ved Advokatforeningens Eiendomsmeglingsgruppe, Eiendom Norge, Norske Boligbyggelags Landsforbund og Norges Eiendomsmeglerforbund i samarbeid med Forbrukerrådet og Forbrukerombudet. Normen er en veileder for alle som markedsfører boliger og fritidsboliger i en profesjonell sammenheng, men kan også gi god veiledning for privat markedsføring. Betegnelsen "bolig" benyttes her som en fellesbetegnelse for bolig og fritidsbolig, med mindre annet følger uttrykkelig av de enkelte punkter nedenfor.

Bransjenormen gir uttrykk for kravene som stilles etter markedsføringsloven, eiendomsmeglingsloven og bransje- og forvaltningspraksis. Tekst skrevet i kursiv indikerer at kravet følger direkte av eiendomsmeglingsloven.

De signerende parter erklærer at normen er et uttrykk for hva som må anses for å være god markedsføringsskikk ved markedsføring av bolig overfor forbrukere.

2. Formål

Formålet med bransjenormen er å etablere en felles praksis for hvilke opplysninger som skal formidles til potensielle kjøpere, samt å sikre at markedsføringen, herunder annonser, salgsoppgave og andre fremstillinger som er egnet til å påvirke etterspørselen etter eller tilbudet av en eller flere boliger, gir en mest mulig objektiv, balansert, veiledende og riktig fremstilling av boligen som markedsføres. Målet er at alle vesentlige forhold ved boligen kommer frem. Normen skal sikre at markedsføringen er i tråd med de til enhver tid gjeldende rettsregler og være innenfor kravene til god meglerskikk.

3. Generell del

3.1 Eierforhold

Det skal gå klart fram av all markedsføring om boligen er eierseksjon, selveierbolig, borettslagsbolig, aksjeleilighet, obligasjonsleilighet eller annet.

Ved markedsføring av obligasjonsleiligheter, må det i salgsoppgave gjøres oppmerksom på de særlige bestemmelser som gjelder, herunder må tidspunktet for første mulige innfrielse av obligasjonen fra eierens side komme klart frem.

3.2 Krav til opplysninger om økonomiske forhold i markedsføringen

3.2.1 Økonomiske forhold – generelle krav

I all markedsføring (for eks. salgsoppgaver, boligannonser på internett, boligannonser i aviser og andre trykte medier,) skal det gis klare og fullstendige prisopplysninger. Alle kjente kostnader og økonomiske forpliktelser ved kjøpet skal fremgå.

De totale omkostningene ved kjøpet skal i umiddelbar tilknytning til øvrige prisopplysninger oppgis som et anslag i prosent av kjøpesum/prisantydning, eller på

annen like tydelig måte. Kjøpesum/prisantydning og andel fellesgjeld skal i all markedsføring summeres i et samlet beløp ("Totalt"). Det samlede beløp skal fremkomme minst like tydelig som øvrige priselement.

Eksempel på markedsføring av selveierbolig i papirbasert medium/avisannonse:

Verditakst:	kr: 1 800 000,-
Prisantydning:	kr. 1 800 000,-
Andel fellesgjeld:	kr: 200 000,-
Totalt (prisantydning + fellesgjeld):	kr. 2 000 000,- + omkostninger
Omkostninger:	ca. 2,75 % av kjøpesum inkl. fellesgjeld
Felleskostnader: forsikring	kr. 2000,- inkl. nedbet. fellesgjeld og renter,

Eksempel på markedsføring av borettslagsbolig i papirbasert medium/avisannonse:

Verditakst	kr. 1 800 000,-
Prisantydning	kr. 1 800 000,-
Andel fellesgjeld:	kr: 200 000,-
Totalt (prisantydning + fellesgjeld):	kr. 2 000 000,- + omkostninger
Omkostninger:	(Bør angis i kronebeløp)
Felleskostnader: forsikring	kr. 2 000,- inkl. nedbet. fellesgjeld og renter,

3.2.2 Økonomiske forhold – spesielle krav til markedsføring på internett

I tillegg til kravene nevnt i punkt 3.2.1 skal det alltid gis klare opplysninger om:

- hvis kjøpesum er fastsatt, totalkostnad som omfatter alle gebyr og avgifter og øvrige kostnader,
- hvis kjøpesum ikke er fastsatt, en samlet oppstilling over prisantydning og alle gebyrer, avgifter og øvrige kostnader,
- hvilke vesentlige poster de månedlige felleskostnadene dekker, herunder en økonomisk fordeling på hhv. renteutgifter, avdrag og driftsutgifter.
- lånevilkårene for nedbetaling av eventuell andel fellesgjeld, herunder gjeldende rentesats, størrelsen på andel fellesgjeld, nedbetalingstid og lengden på eventuell avdragsfri periode, og
- separat beregning av månedlige felleskostnader etter en eventuell avdragsfri periode

De lovpålagte opplysningene etter emgll. § 6-7 og tilhørende forskrifter skal være tilgjengelig i skriftlig form før annonsering. Ved all boligannonsering på internett bør salgsoppgave være tilgjengelig i nedlastbar form samtidig som boligen legges ut på internett. Salgsoppgaven skal senest være tilgjengelig 48 timer før første annonserte visning.

Ved markedsføring av boliger:

- som har et særlig lavt innskudd og en høy andel fellesgjeld og/eller
- som er rettet spesielt mot unge boligkjøpere og/eller

- som har en avdragsfri periode,

bør det gis særlig god informasjon om konsekvensene av eventuelle renteendringer, lengden på eventuell avdragsfri periode, samt de økonomiske konsekvensene ved utløpet av en eventuell avdragsfri periode.

3.2.3 Særkrav til opplysninger om økonomiske forhold i salgsoppgave

I tillegg til kravene nevnt i punkt 3.2.1 skal det alltid gis klare opplysninger i salgsoppgaven om¹:

- *hvis kjøpesum er fastsatt, totalkostnad som omfatter andel av fellesgjeld, alle gebyrer, avgifter og øvrige kostnader,*
- *hvis kjøpesum ikke er fastsatt, en samlet oppstilling som omfatter prisantydning, andel av fellesgjeld, alle gebyrer, avgifter og øvrige kostnader, samt summen av disse beløpene, og*
- *hva som er avtalt om meglers vederlag,*
- *lånepåstandene for nedbetaling av fellesgjeld og månedlige felleskostnader, samt andre faste kostnader som knytter seg til dette,*
- *separat beregning av månedlige felleskostnader etter en eventuell avdragsfri periode,*
- *opplysninger om at kjøper kan holdes ansvarlig for manglende dekning av felleskostnader og usolgte enheter hørende til prosjektet,*
- *relevante rettigheter og forpliktelser for boligselskapet ifølge lov, forskrift, vedtekter, vedtak og avtaler som har betydning for handelen,*
- *vesentlige opplysninger om boligselskapets budsjett og regnskap, samt opplysninger om at disse dokumentene er tilgjengelige hos oppdragstaker.*

Boligens nøkkelinformasjon, som beskrevet i vedlegg 1, skal presenteres samlet og tydelig. Nøkkelinformasjonen skal fremkomme tidlig i salgsoppgaven.

Ved markedsføring av boliger:

- som har et særlig lavt innskudd og en høy andel fellesgjeld og/eller
- som er rettet spesielt mot unge boligkjøpere og/eller
- som har en avdragsfri periode,

bør det gis særlig god informasjon om konsekvensene av eventuelle renteendringer, lengden på eventuell avdragsfri periode, samt de økonomiske konsekvensene ved utløpet av en eventuell avdragsfri periode.

3.2.4 Fastsettelse av prisantydning

Prisantydning må ikke bevisst være satt lavere enn det selger på markedsføringstidspunktet er villig til å akseptere. Den må heller ikke settes lavere enn meglers objektive vurdering skulle tilsi.

3.2.5 Bruk av beregninger av bokostnader/månedskostnader

Dersom det opplyses om bokostnader/månedskostnader i salgsoppgave eller annen markedsføring, må forutsetningene for slike beregninger klart fremgå. Det kan ikke opplyses om beregninger av netto bokostnader/månedskostnader uten at det

¹ Dette følger av emgll. § 6-7 andre ledd.

samtidig og like tydelig oppgis bruttostørrelsene, altså kostnadene før mulige skattefradrag og andre mulige fradragsposter/inntektsposter er trukket fra. Bokostnader/månedskostnader bør ikke presenteres på en mer fremtredende måte enn andre prisopplysninger.

Dersom det benyttes et konkret eksempel på bokostnader per måned, må det klart opplyses dersom eksemplet kun gjelder for bestemte år. Like klart må det opplyses dersom bokostnadene vil stige etter utløpet av den angitte perioden.

3.2.6 Bruk av takst og boligsalgsrapporter i markedsføringen

Ved bruk av takst og/eller boligsalgsrapporter i markedsføringen skal det klart opplyses om

- hva slags takst/rapport det dreier seg om,
- når taksten/rapporten ble foretatt og
- hvem som har foretatt taksten/rapporten.

Takst og/eller boligsalgsrapporter må ikke benyttes i markedsføringen dersom de ikke lenger gir et riktig bilde av salgsobjektet.

3.3 Faktiske opplysninger om boligen

3.3.1 Areal

Areal av boliger bør oppgis i all markedsføring og beregninger foretas i samsvar med reglene i Norsk Standard 3940.²

NS 3940 definerer bruksareal som areal innenfor omsluttende vegger (NS pkt 3.1.2).³ og nettoareal som areal begrenset av de omsluttende veggens innside (NS pkt. 3.1.6).⁴ Areal av primærrom (P-ROM) er primærrommens nettoareal og arealet av innvendige vegger mellom disse. Primære rom kan for eksempel være oppholdsrom, soverom, kjøkken, entre, bad og rom for kommunikasjon mellom disse.⁵

Når areal oppgis ved annonsering i papirbasert medium, skal boenhetens totale bruksareal (BRA) og samlet areal for primære rom (P-ROM) innenfor selve boenheten, inkludert innvendige vegger mellom disse, fremkomme. Angivelse av areal for P-ROM kan unntas for eldre fritidsboliger som er i en slik forfatning at opplysning om P-ROM må antas å være uten betydning, for fritidsboliger der det er særlig vanskelig å beregne areal for P-ROM, samt for fritidsboliger med areal mindre enn 50 m².

² Norsk Standard 3940 *Areal- og volumberegninger av bygninger*, 4. utgave 2012 er utarbeidet av en bredt sammensatt komité oppnevnt av Standard Norge.

³ For de nærmere målereglene vises det til NS 3940 med tilhørende Veileder.

⁴ For de nærmere målereglene vises det til NS 3940 med tilhørende Veileder.

⁵ Se Veilederen til NS 3940 for utfyllende informasjon og eksempler.

I salgsoppgave/internettannonse skal bruksarealet (BRA) for hver etasje i boenheten og for hele boenheten oppgis, samt spesifisert samlet areal for primærrommene (P-ROM) og en oversikt over disse. Angivelse av areal for P-ROM kan unntas for eldre fritidsboliger som er i en slik forfatning at opplysning om P-ROM må antas å være uten betydning, for fritidsboliger der det er særlig vanskelig å beregne areal for P-ROM, samt for fritidsboliger med areal mindre enn 50 m². Planskisser anbefales vedlagt salgsoppgave.

Unntaket for opplysning om p-rom fritar ikke megler fra å opplyse om annet areal.

3.3.2 Boligtype

Boligtypen (enebolig, tomannsbolig, rekkehus, blokk, terrasseleilighet, fritidsbolig osv.) skal fremgå av salgsoppgave og bør også fremgå av annen markedsføring. Det bør gis opplysninger om hvilken etasje en leilighet ligger i og for enebolig/tomannsbolig/rekkehus om hvor mange plan huset har.

Videre skal det i salgsoppgave opplyses om eventuell adgang til utleie av eiendommen eller deler av denne til boligformål.

3.3.3 Alder og byggemåte

Alder og byggemåte skal fremgå av salgsoppgave⁶. Alder bør også fremgå i annen markedsføring.

Det bør også opplyses om når eventuelle større moderniseringsarbeid er utført.

3.3.4 Tomten

Grunnarealer (størrelsen på tomten) skal oppgis i salgsoppgave og bør oppgis også i annen markedsføring⁷.

Er tomten festet, skal dette og vesentlige vilkår i festeavtalen, herunder festeavgiftens størrelse og når festeavgiften kan reguleres, oppgis i salgsoppgave.

3.4 Boligens beliggenhet

3.4.1 Omtale av beliggenhet

Det bør gis mest mulig uttømmende informasjon om boligens beliggenhet i annonser og salgsoppgave.

Ved bruk av geografiske betegnelser i markedsføring av bolig, må det være samsvar mellom oppgitt stedsnavn og det som er gjengs oppfatning for hva som faller inn under det aktuelle stedsnavnet. Dersom det er uklart hva som faller inn under et aktuelt stedsnavn, må det tas utgangspunkt i eventuell navnebruk på offisielle kart.

Både positive og negative trekk i nærmiljøet bør komme fram med tilnærmet samme meddelelseeffekt.

⁶ Jf. emgl. § 6-7 (2) nr. 6.

⁷ Jf. emgl. § 6-7 (2) nr. 5

3.4.2 Offentlige planer og konsesjonsplikt

I salgsoppgaven må det informeres om *forholdet til endelige offentlige planer, konsesjonsplikt og odelsrett*⁸.

Det bør også informeres om forholdet til utbyggingsplaner eller lignende selv om endelig vedtak mangler. Dette gjelder særlig dersom planene kan få betydning for hvor anvendelig den aktuelle boligen blir i fremtiden.

3.5 Avbildning og illustrasjoner

Avbildning eller illustrasjon av boliger må gi et objektivt og representativt bilde av boligen og/eller eiendommen.

3.6 Bruk av superlativer

Det bør utvises forsiktighet ved bruk av superlativer. Det er vanskelig å sammenligne ulike typer boliger og beliggenhet, derfor bør man i utgangspunktet avstå fra utsagn som vanskelig lar seg dokumentere.

3.7 Spesielle/uvanlige avtaleforhold

I salgsoppgaven skal det klart opplyses om spesielle eller uvanlige avtaleforhold. Slike avtaleforhold bør det opplyses om også i annen markedsføring.

3.8 Tid for visning og innflytting

Tid for visning bør i størst mulig grad fremgå av markedsføringen.

Dersom boligen ikke er ledig omgående, bør det oppgis dato for mulig innflytting, eventuelt "ledig etter avtale".

3.9 Lånetilbud

Dersom annonser eller salgsoppgave innbefatter tilbud om direkte lån eller formidling av lån fra en finansieringsinstitusjon, må det gis fyllestgjørende opplysninger i samsvar med bestemmelsene i finansavtaleloven § 46⁹. Dersom det opplyses om bokostnader/månedskostnader ved markedsføring av lånetilbud, gjelder pkt. 3.2.5 tilsvarende.

3.10 Andre forhold ved boligen

I salgsoppgave skal det også opplyses om følgende:

- *eiendommens registerbetegnelse og adresse*¹⁰,
- *tinglyste forpliktelser*¹¹,
- *tilliggende rettigheter*¹²,
- *eventuell adgang til utleie av eiendommen eller deler av denne til boligformål*¹³
- *ferdigattest eller midlertidig brukstillatelse*¹⁴, og

⁸ Jf. emgl. § 6-7 (2) nr. 10.

⁹ <http://www.forbrukerombudet.no/veiledninger-og-retningslinjer/lov-og-rett/11037366.0>.

¹⁰ Jf. emgl. § 6-7 (2) nr. 1

¹¹ Jf. emgl. § 6-7 (2) nr. 3

¹² Jf. emgl. § 6-7 (2) nr. 4

¹³ Jf. emgl. § 6-7 (2) nr. 7

- *ligningsverdi og offentlige avgifter*¹⁵

3.11 Energiattest og energimerke

Boligens energimerke skal fremgå av salgsoppgave og ved markedsføring på internett. Energiattest skal være tilgjengelig for interessenter, f.eks. ved henvendelse til megler, på visning og på internett.¹⁶ Det er selger som er ansvarlig for å hente inn energiattesten.

4. Særlig om markedsføring av bolig under oppføring

4.1 Boliger under oppføring

For boliger under oppføring stilles særlig strenge krav til saklig og fyldig informasjon.

4.2 Pris

Selges boligen til fast pris, gjelder pkt 3.2 så langt dette passer. Det avgjørende er at prisen og alle andre kjente økonomiske forpliktelser ved kjøpet fremgår klart av markedsføringen. Dersom det ikke opereres med faste priser på boligen, må det fremgå klart i markedsføringen hvordan salgsprisen fastsettes.

Det må gå tydelig frem dersom prisen ikke inkluderer ytelser kjøperne klart vil forvente er inkludert i den oppgitte prisen. Dersom totalprisen for eksempel ikke omfatter utgifter til gulvbelegg eller at prisen forutsetter egeninnsats fra kjøper i form av utvendig maling av hus, skal dette gå tydelig frem av markedsføringen.

4.3 Avbildning og illustrasjoner

I all markedsføring av nye boliger må man unngå å tegne/avbilde deler av boliger som ikke inngår i den stipulerte prisen, med mindre det meget klart blir understreket hvilke tegnede/avbildede elementer som ikke inngår i prisen.

4.4 Salgsoppgave

Salgsoppgave skal gi et dekkende og realistisk bilde av det materialvalg/ utstyr som inngår i prisen.

Salgsoppgave bør i rimelig grad gi opplysninger om viktige bygningsmessige forhold.

4.5 Forbehold fra selger

Alle forbehold fra selgers side og vesentlige konsekvenser disse kan få for kjøper, skal klart fremgå av salgsoppgave. Dette gjelder for eksempel dersom det gjenstår tillatelser fra det offentlige eller det tas forbehold om endringer i prosjektet.

¹⁴ Jf. emgl. § 6-7 (2) nr. 8

¹⁵ Jf. emgl. § 6-7 (2) nr. 9

¹⁶ FOR 2009-12-18 nr 1665: Forskrift om energimerking av bygninger og energivurdering av tekniske anlegg (energimerkeforskriften) § 5

VEDLEGG: NØKKELINFORMASJON

Adresse	
Totalt (prisantydning + fellesgjeld)	
Prisantydning	
Fellesgjeld	
Omkostninger*	
Totalt inkl. omkostninger (prisantydning+fellesgjeld+omkostninger)**	
Felleskostnader totalt (rentekost+avdrag+driftsutgifter)	
Felleskostnader inkluderer	
Rentekostnader fellesgjeld	
Avdrag	
Kommunale avgifter	
Felleskostnader totalt etter avdragsfri periode	
Sikringsordning fellesgjeld	Ja/nei
BRA/P-ROM	
Antall soverom***	
Eierform	
Boligtype	
Byggeår	
Etasje	
Energimerke	
Garasje/parkering	Ja/nei + eie/leie
Tomt	Eiet/festet

* Regnestykket forutsetter at det kun tinglyses en låneobligasjon og at eiendommen selges til prisantydning

** Hvis salg til prisantydning

*** Det er den faktiske bruken av rommet på markedsføringstidspunktet som er avgjørende. Bruken av rommet kan være i strid med byggeteknisk forskrift og/eller mangle godkjenning i kommunen for den aktuelle bruken.