



FORBRUKEROMBUDET

Utgående - Elektronisk post

Til: PROPR AS, merete.nordvik@propr.no ,

Fra: Nora Elise Wennberg

Dato: 21.02.2017

Saksnummer: 17/98-2

PROPR – markedsføring av digital tjeneste for privatsalg av bolig

Forbrukerombudet fører tilsyn med at næringsdrivendes markedsføring og avtalevilkår som benyttes overfor forbrukere er i samsvar med markedsføringsloven. Mer informasjon om Forbrukerombudet og markedsføringsloven finner dere på vår hjemmeside www.forbrukerombudet.no.

Boligmarkedet er et prioritert arbeidsområde for Forbrukerombudet. Det fremgår av vår virksomhetsplan for 2017 at vi skal «sikre at aktørene på boligmarkedet følger markedsføringsloven når de tar i bruk nye konsepter og teknologi slik at forbrukerne som benytter tjenestene kan ta trygge og informerte valg». Virksomhetsplanen i sin helhet finnes her: <https://forbrukerombudet.no/om-forbrukerombudet/virksomhetsplan#chapter-3>

PROPR tilbyr en digital løsning for privatsalg av bolig. Selskapet markedsfører sine tjenester til forbrukerne på TV, Instagram og Facebook. I tillegg har selskapet ordinære nettannonser, samt betalte artikler (innholdsmarkedsføring) hos avisen Dagens Næringsliv (heretter DN).

Forbrukerombudet har siden høsten 2016 mottatt en rekke tips og klager på PROPRs markedsføring, både fra forbrukere, organisasjoner og eiendomsめglere. Klagen fra meglerforetaket Krogsveen ved advokat Marita Kvaale ligger vedlagt, se vedlegg 1.

På denne bakgrunn ble det den 26. januar 2017 avholdt et møte med PROPR. Tilstede på møtet var Wilhelm Joys Andersen, Kjetil Sjursen og Merete Nordvik fra PROPR, og Elisabeth Lier Haugseth, Tonje Hovde Skjelbostad, Nina Elise Dietzel og Nora Wennberg fra Forbrukerombudet.

Under følger en oversikt over Forbrukerombudets krav og innspill til PROPR.



FORBRUKEROMBUDET

Villedende markedsføring – brudd på markedsføringsloven § 7 jf. § 6

1. Kort om rettsgrunnlaget

Mfl. § 6 slår fast at urimelig markedsføring er forbudt.

Markedsføring er alltid å anse som urimelig og forbudt dersom den er villedende etter § 7. Hvorvidt markedsføringen er villedende beror på om den inneholder «*uriktige opplysninger og dermed er usannferdig*» eller på annen måte er «*egnet til å villedde forbrukerne*» når det gjelder ett eller flere av de forhold som er opplistet i bestemmelsens bokstav a til h.

For at en handelspraksis skal være villedende må den videre være «*egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en økonomisk beslutning som de ikke ellers ville ha truffet*».

2. Villedende prismarkedsføring

a. «*fra 4900 kr*»

I markedsføringen av produktet får forbrukerne vite at det koster «*fra kr 4900 kr*» å benytte seg av PROPRs digitale løsning for privat boligsalg, se vedlegg 2.

Det følger av mfl. § 7 første ledd bokstav d at markedsføring er villedende dersom den er egnet til å «*villedde forbrukerne med hensyn til prisen på ytelsen eller hvordan prisen beregnes, eller eksistensen av en prisfordel*». Dette er utdypet i Forbrukerombudets veiledning om prismarkedsføring som blant annet presiserer at opplysninger om pris skal være *riktige, klare og fullstendige*. Dersom den næringsdrivende benytter «*fra kr*», bør også prisspenntet illustreres med angivelse av «*til kr*». Markedsføringen blir lett villedende dersom det kun fokuseres på den laveste prisen i spennet, og særlig hvis fra-prisen kun er aktuell for et begrenset antall av kundene. Veiledningen finnes i sin helhet på våre nettsider:

<https://forbrukerombudet.no/lov-og-rett/veiledninger-og-retningslinjer/forbrukerombudets-veiledning-prismarkedsforing>

Det er tilgang til PROPRs digitale verktøy og kundeservice som koster 4 900 kr. I møtet bekreftet PROPR at det ikke er mulig for forbrukeren å publisere en boligannonse og gjennomføre et privatsalg uten å ha takst, foto fra profesjonell fotograf, nødvendig dokumentasjon (fra grunnbok, kommune o.l.) samt avtale med oppgjørsselskap. Skal forbrukeren selge en leilighet koster disse obligatoriske tjenestene ca. kr 23 000. I tillegg kommer utgifter til annonse på FINN (kr 5 000) dersom forbrukeren ønsker dette. Skal forbrukeren selge en enebolig, tomannsbolig, rekkehus, hytte eller tomt er prisene høyere.



FORBRUKEROMBUDET

PROPR forklarte at selskapet markedsfører tjenesten med pris «*fra 4900 kr*» fordi noen forbrukere kan være i besittelse av profesjonelle bilder, takst og nødvendig dokumentasjon tilhørende boligen som skal selges. Dersom disse er av nyere dato (ikke eldre enn seks måneder), kan de benyttes ved det forestående salget.

I disse tilfellene betaler forbrukeren kr 4900 for å få tilgang til PROPRs digitale verktøy og kundeservice. I tillegg må forbrukeren betale for oppgjør. Det er opp til forbrukeren å velge hvor oppgjørstjenesten skal kjøpes fra, men privatpersoner har ikke adgang til å foreta oppgjør selv. Det betyr at oppgjørskostnader alltid vil påløpe ved et privatsalg, uavhengig av om dette kjøpes via PROPR eller fra et annet selskap. Det er Forbrukerombudets erfaring at oppgjør ved boligsalg normalt sett koster rundt 4 000 – 6 000 kr. For å få boligen publisert på FINN, må forbrukeren som nevnt betale kr 5 000 for annonseplass.

Selv i de tilfellene der forbrukeren ikke behøver å kjøpe foto, takst og dokumentasjonspakke, koster det således rundt 14 000 kr å selge boligen sin selv gjennom PROPR.

Etter hva Forbrukerombudet forstår er det et svært begrenset antall av PROPRs kunder som er i besittelse av denne dokumentasjonen på forhånd. Flertallet av kundene vil derfor ha behov for å kjøpe alle tjenestene fra PROPR. For dette flertallet er totalprisen for markedsføring og salg av en leilighet ca. kr 32 800.

På bakgrunn av overnevnte kan ikke Forbrukerombudet se at det i praksis foreligger tilfeller der en forbruker kan benytte PROPR til å selge bolig selv, og kun betale kr 4 900 kr for prosessen.

Det fremkom i møtet at PROPR med sin prismodell ønsker å synliggjøre for kundene hva de ulike elementene i tjenesten er verdt, samt å tydeliggjøre at visse elementer kan trekkes ut dersom man ikke har behov for å kjøpe alt. For å ivareta disse hensynene kan PROPR markedsføre produktet med en totalpris (f.eks. 32 800 kr), og liste opp de ulike elementene under med angitt verdi. PROPR kan videre opplyse om at kunder som er i den situasjonen at de ikke behøver å kjøpe alle elementene, kan krysse vekk den aktuelle tjenesten og således få et fradrag i prisen.

b. «Selg boligen din selv og behold hele gevinsten»

PROPR har i sin markedsføring benyttet overnevnte påstand. Et annet eksempel som gir uttrykk for det samme er «*Nyhet! Behold dine egne penger!*». (Se vedlegg 3.)

Det å kunne beholde hele gevinsten indikerer etter vårt syn at det ikke vil påløpe noen utgifter i forbindelse med boligsalget. Påstandene kan på denne bakgrunn skape en



FORBRUKEROMBUDET

forventning hos forbrukeren om at det er *gratis* å bruke tjenesten, mens det i realiteten koster flere tusen kroner.

Etter Forbrukerombudets syn er PROPRs markedsføring egnet til å villedde forbrukerne med hensyn til «*prisen på ytelsen eller hvordan prisen beregnes*», jf. mfl. § 7 (1) bokstav d. Villedende markedsføring er en urimelig handelspraksis overfor forbrukere, og således forbudt jf. § 6.

Forbrukerombudet ber PROPR endre sin prismarkedsføring slik at det tydeliggjøres for forbrukeren hva det i realiteten koster å selge selv ved bruk av tjenesten.

3. Villedende om eiendomsmeglertittelen

I PROPRs markedsføring finnes påstander som «*Nå kan alle bli eiendomsmegler*» og «*Pass litt på hva du sier om eiendomsmeglere. Plutselig er du en*». Se vedlegg 4.

Som nevnt i møtet mener Forbrukerombudet at disse påstandene er egnet til å villedde forbrukerne med hensyn til hva det innebærer å selge selv kontra det å benytte eiendomsmegler. Det medfører ikke riktighet at forbrukeren selv «*plutselig*» kan være en eiendomsmegler.

Tittelen eiendomsmegler er beskyttet og forbeholdt de som har eiendomsmeglerbrev utstedt av Finanstilsynet. For å få eiendomsmeglerbrev må man som hovedregel ha fullført og bestått eiendomsmeglerstudiet (treårig bachelorgrad), samt gjennomført to års praksis i yrkeslivet. Eiendomsmeglere er underlagt eiendomsmeglerloven- og forskriften. Det finnes blant annet regler for god meglerskikk, hvilke opplysninger som skal gis i salgsoppgaven og hvordan budrunden skal gjennomføres. Meglere har et profesjonsansvar med tilhørende ansvarsforsikring. Dette gir trygghet for både forbrukerkjøper og forbrukerselger.

Forbrukere som selger boligen sin selv ved bruk av PROPR, blir ikke eiendomsmeglere. Privatsalg av bolig er noe annet enn salg ved bruk av en profesjonell aktør som mellommann. Etter vårt syn er det sentralt at både de forbrukerne som skal selge bolig og de forbrukerne som vurderer å kjøpe bolig av privatselgere forstår hvilke fordeler og ulemper dette innebærer, slik at begge forbrukergrupper kan ta informerte valg.

Etter Forbrukerombudets vurdering er PROPRs markedsføring egnet til å villedde forbrukerne med hensyn til «*ytelsens hovedegenskaper*», jf. mfl. § 7 (1) bokstav b, og således forbudt jf. § 6.



FORBRUKEROMBUDET

Forbrukerombudet ber PROPR endre sin markedsføring slik at det tydeliggjøres for forbrukeren at tjenesten innebærer å gjennomføre et boligsalg uten bruk av eiendomsmegler.

4. Villedende påstander om selgers risiko for mangelsansvar

I en betalt artikkel på nettsidene til DN påstås det at «*PROPR.NO sørger for at selgers opplysningsplikt er oppfylt (...)*», se vedlegg 5.

Denne påstanden er etter Forbrukerombudets syn egnet til å villede både forbrukere som ønsker å selge bolig ved bruk av PROPR, og potensielle boligkjøpere. Boligselgere får inntrykk av at de ikke kan havne i mangelsansvar etter avhendingsloven §§ 3-7 og 3-8, da PROPR «*sørger for*» at alle nødvendige opplysninger blir gitt på deres vegne. Boligkjøpere får inntrykk av at handelen vil gjennomføres på en trygg måte, da PROPR «*sørger for*» at de mottar all relevant informasjon om den aktuelle boligen.

Dette medfører ikke riktighet. For det første legges det opp til at forbrukeren kan velge bort PROPRs bistand når det gjelder innhenting av opplysninger. For det andre rommer selgers opplysningsplikt etter avhendingsloven mer enn PROPR kan bistå med. PROPR kan vanskelig sørge for at selger gir alle lovpålagte opplysninger om for eksempel (men ikke uttømmende); naboforhold, støy- eller luktproblematikk, selgers bruk av ufaglært arbeidskraft i boligen, skadedyr og ikke byggemeldte tiltak i selgers eiertid.

Etter Forbrukerombudets syn er PROPRs markedsføring egnet til å villede forbrukerne med hensyn til «*ytelsens hovedegenskaper*» herunder «*risiko*», jf. mfl. § 7 (1) bokstav b, og således forbudt jf. § 6.

Forbrukerombudet ber PROPR endre sin markedsføring slik at det klart fremgår at forbrukeren selv er ansvarlig for å gi alle lovpålagte opplysninger om boligen.

5. Villedende påstander om antall brukere av PROPR

«*Normalt er det cirka 1 000 boliger i Norge som selges privat, men etter kun seks måneders drift har vel 2 000 personer registrert seg hos PROPR.NO*» står det i en betalt artikkel på nettsidene til DN. På Instagram får forbrukerne vite at over «*5000 boligselgere rundt om i Norge*» er «*i gang med annonsen sin*». (Se vedlegg 6.)



FORBRUKEROMBUDET

I møtet spurte Forbrukerombudet PROPR om hvor mange forbrukere som faktisk har kjøpt tjenester fra selskapet. PROPR fortalte at 44 forbrukere solgte boligen sin selv ved bruk av PROPR i 2016, og at foretaket hadde 35 reelle oppdrag i januar 2017.

Det å registrere seg hos PROPR er uforpliktende. Forbrukere, eiendomsめglere, journalister, takstmenn, ansatte i tilsynsmyndighetene og andre med interesse for boligmarkedet og innovasjon innen digitale tjenester kan enkelt registrere seg for å orientere seg om hva tjenesten går ut på. Antall registrerte brukere gir således ikke et korrekt bilde av hvor mange «*boligselgere*» som «*er i gang med annonsen sin*».

Som nevnt i møtet er det Forbrukerombudets vurdering at overnevnte påstander er villedende med hensyn til hvor utbredt det er å selge selv ved hjelp av PROPR. Når PROPR i sin markedsføring gir inntrykk av at mange tusen boligselgere har valgt å kjøpe tjenester fra selskapet, kan dette være egnet til å påvirke forbrukere til å velge PROPR på uriktig grunnlag.

Etter vår vurdering er PROPRs markedsføring egnet til å villedde forbrukerne med hensyn til «*ytelsens hovedegenskaper*» herunder dens «*fordeler*», jf. mfl. § 7 (1) bokstav b, og således forbudt jf. § 6.

Forbrukerombudet ber PROPR endre markedsføringen slik at den gir et reelt bilde av antall brukere av tjenesten.

Krav etter angrerettloven

PROPR må sikre at kjøpsprosessen via selskapets nettside skjer i overensstemmelse med gjeldende forbrukerlovgivning, herunder angrerettloven.

På nettsidene til PROPR kan forbrukeren legge inn informasjon om sin bolig, og eksperimentere med å lage en annonse. Her har PROPR lagt inn en «bestillingsknapp» som gir inntrykk av at man ved å aktivere knappen faktisk bestiller tjenesten. Knappen har et handlevognsymbol.

Ved å aktivere knappen bestiller man ikke, men man får mer informasjon om tjenesten. Knappen bør gjenspeile dette, slik at den gir uttrykk for hvilket steg forbrukeren er på i prosessen.

På det tidspunktet i prosessen der det er aktuelt å bestille tjenesten, må PROPR påse at forbrukeren uttrykkelig erkjenner at bestillingen medfører en forpliktelse til å betale jf. angrerettloven § 16. Utføres bestillingen ved å aktivere en knapp eller annen funksjon, skal



FORBRUKEROMBUDET

knappen eller funksjonen være merket på en lett leselig måte med «*bestilling med forpliktelse til å betale*» eller tilsvarende. Dette kan med fordel tydeliggjøres på PROPRs nettside.

Forbrukerombudet tar forbehold om å komme tilbake til krav etter angrerettloven ved en senere anledning.

Trygg bolighandel – forhold PROPR bør endre

1. Innledning

PROPR skriver på sine nettsider at det er «*enkelt og trygt*» å selge selv ved hjelp av tjenesten, se vedlegg 7. I de betalte artiklene på DNS nettsider er det også et gjennomgående fokus på at det er trygt, enkelt og billig for forbrukerne å selge boligen sin selv.

Det er positivt at PROPR ønsker å levere en trygg løsning, og denne type formuleringer forplikter: Markedsføres tjenesten som enkel og trygg, må PROPR etter Forbrukerombudets vurdering legge til rette for at både forbrukerkjøper og forbrukerselger opplever bolighandelen som oversiktlig og forutsigbar.

Som nevnt i møtet er det noen forhold Forbrukerombudet mener PROPR bør endre for å sikre dette.

2. Mulig å velge bort deler av tjenesten

I PROPRs første møte med Forbrukerombudet, den 10. juni 2016, fremhevet PROPR at selskapet kunne tilby det tryggeste selvhjelpsverktøyet på markedet fordi den digitale løsningen på en helhetlig måte guidet forbrukerselger gjennom hele prosessen. Private boligselgere måtte på det tidspunktet kjøpe en «full pakke», der alle elementene inngikk: takst/boligsalgsrapport, nødvendig dokumentasjon, profesjonelle bilder og et sikkert oppgjør.

Nå er dette endret, slik at forbrukere enkelt kan velge bort sentrale deler av tjenesten. Etter Forbrukerombudets vurdering er dette en uheldig utvikling av produktet, og vi anmoder PROPR om å vurdere mulige endringer.

3. Bruk av verdi- og lånetakst

PROPR legger opp til at boligselger som hovedregel skal benytte en verdi- og lånetakst ved salget. Tilstandsrapport fremstilles som noe brukere av PROPR kun behøver å velge i de



FORBRUKEROMBUDET

tilfellene der man ønsker å tegne eierskifteforsikring, og forsikringsselskapet krever denne type rapport.

Etter Forbrukerombudets syn er dette uheldig, da en verdi- og lånetakst først og fremst gir uttrykk for en økonomisk vurdering av boligens verdi. Det foretas ingen tilstandsvurdering.

Et av hovedpunktene i regjeringens «*Strategi for boligmarkedet*»¹ er økt bruk av tilstandsrapporter ved boligsalg. I strategien argumenteres det for at tilstandsrapporter kan bidra til å gjøre bolighandelen tryggere, redusere antallet konflikter og bidra til at boligkjøpere tar bedre valg.

Forbrukerombudet deler regjeringens syn på dette. En grundig teknisk gjennomgang av eiendommen kan redusere usikkerhet om boligens tilstand, og gi kjøper et bedre beslutningsgrunnlag. Selger vil også dra nytte av en tilstandsrapport, da en fagkyndig teknisk vurdering vil gi selger et bedre grunnlag for vurdering av pris. Videre vil en tilstandsrapport kunne redusere risikoen for mangelskrav rettet mot selger, da kjøper vanskelig vil kunne nå fram med en reklamasjon over forhold som fremgår av rapporten.

Forbrukerombudet ber PROPR vurdere hvorvidt selskapet kan anbefale sine kunder å benytte tilstandsrapport ved salget. Eventuelt bør PROPR gi tilstrekkelig informasjon om de to ulike dokumentene slik at forbrukerne forstår forskjellen, og kan ta et informert valg.

4. Avvik mellom prisantydning og salgspris

PROPR har i sin markedsføring fremhevet at boliger har blitt solgt mange prosent høyere enn markedsført prisantydning. Et eksempel finnes i en betalt artikkel på DN's nettsider, der man kan lese at boligen ble solgt «44 % over prisantydning», se vedlegg 8.

Som nevnt i møtet ønsker både Finanstilsynet² og Forbrukerombudet et forutsigbart boligmarked. Interessenter skal kunne stole på at prisantydning gir uttrykk for selgers prisforventning, og slippe å bruke tid på visninger der boligen i realiteten ligger langt utenfor deres budsjett. Høsten og vinteren 2016 har en samlet eiendomsmeglerbransje fulgt opp krav fra tilsynsmyndighetene, og arbeidet systematisk for å få ned avvikene mellom prisantydning og salgspris.³

¹ https://www.regjeringen.no/contentassets/a33f408af00d4e37aa894556a241f137/strategi_boligmarkedet.pdf

² http://www.finanstilsynet.no/Global/Venstremeny/Foredrag_vedlegg/2016/Eiendom_Norge_innlegg_210916.pdf

³ <http://eiendomnorge.no/bransjemote-i-oslo/>



FORBRUKEROMBUDET

Det er svært uheldig at PROPR fremstiller høye avvik som noe positivt i sin markedsføring. Forbrukerombudet har forståelse for at PROPR ikke har anledning til å *rådgj* sine kunder om prisantydning, men selskapet bør oppfordre sine brukere til å sette en realistisk pris. Prisen bør gjenspeile antatt markedsverdi, og ikke være satt lavere enn selger er villig til å akseptere.

Ut fra hva som ble sagt i møtet oppfattet Forbrukerombudet PROPR dithen at selskapet ønsker å innrette seg i tråd med våre krav og innspill. Vi ønsker en bekreftelse på at dette medfører riktighet, samt kopier av endret markedsføring.

Dersom foretaket er uenig i noen av Forbrukerombudets vurderinger, ønsker vi en redegjørelse for de punktene dette gjelder.

Forbrukerombudet ber om en tilbakemelding fra PROPR innen **10. mars 2017**.

Med vennlig hilsen
for Forbrukerombudet

Nora Elise Wennberg
juridisk rådgiver