



# FORBRUKERTILSYNET

## Norges Eiendomsmeglerforbund (NEF)

*Dokumentet blir kun sendt pr. e-post*

Deres ref.

Vår ref.

Dato:

Sak nr: 20/379-1

06.02.2020

Saksbehandler: Nora Elise W. Gløersen

Dir.tlf: 46 47 37 25

## Orienteringsbrev om markedsføring via SMS, e-post og telefon

Forbrukertilsynet er en offentlig tilsynsmyndighet som jobber for å gjøre markedene enklere og tryggere for forbrukerne. Forbrukertilsynet verner forbrukernes interesser ved å forebygge og stanse ulovlig markedsføring, urimelige vilkår i kontrakter og annen praksis som er i strid med markedsføringsloven (mfl.). Vi fører tilsyn med aktørene i boligmarkedet, herunder eiendomsmeglerbransjen.

I tilknytning til vårt tilsynsarbeid laster vi ned salgsoppgaver via finn.no og foretakenes egne nettsider. Vi har den senere tiden registrert at vi ofte mottar markedsføring fra eiendomsmeglere via SMS og per telefon i etterkant.

Markedsføringslovens kapittel 3 inneholder bestemmelser som begrenser forskjellige former for markedsføring som rettes direkte til forbrukere, blant annet via telefon, SMS og e-post. Henvendelser fra eiendomsmeglere som markedsfører bolig vil som klar hovedregel være markedsføring.

Det er viktig at eiendomsmeglerne kjenner til dette regelverket, og følger det. Salgsoppgaver inneholder sentral informasjon som forbrukerne behøver å ta opplyste, informerte og trygge valg i boligmarkedet. Forbrukerne skal føle seg trygge på at de kan gi fra seg telefonnummer og e-postadresse til meglerforetaket uten at de risikerer å motta uønsket reklame.

### *Markedsføring via e-post og SMS – markedsføringsloven § 15*

Mfl. § 15 forbyr utsendelse av markedsføringshenvendelser per e-post og SMS til forbrukere som ikke har gitt forhåndssamtykke til å motta dette. Visse krav må oppfylles for at det skal foreligge et gyldig forhåndssamtykke: det må være en frivillig, uttrykkelig og informert erklæring.

## Telefonmarkedsføring – markedsføringsloven § 12

Næringsdrivende kan ikke rette telefonmarkedsføring til forbrukere som har reservert seg mot dette i Reservasjonsregisteret<sup>1</sup>, jf. mfl. § 12. Dersom eiendomsmegler ønsker å ringe en forbruker som har lastet ned en salgsoppgave for å markedsføre boligen, må det avklares hvorvidt forbrukeren har reservert seg først. Det er verdt å merke seg at over 2,2 millioner nordmenn er reservert mot reklame via telefon.<sup>2</sup>

### Unntak ved uttrykkelig anmodning, samtykke og eksisterende kundeforhold

I de tilfellene der forbrukeren har *akseptert* å motta markedsføring fra meglerforetaket, kan eiendomsmegler sende SMS, e-post og ringe. Mfl. § 12 om telefonmarkedsføring krever «*en uttrykkelig anmodning*» fra forbrukeren, mens mfl. § 15 om markedsføring via SMS og e-post krever et «*forhåndssamtykke*».

Når en forbruker bestiller en salgsoppgave skjer dette som regel via et skjema på meglerforetakets nettside. Etter å ha fylt ut informasjon om navn, e-postadresse og telefonnummer, blir forbrukeren presentert for ulike markedsføringstiltak som kan aksepteres ved å krysse av i en rute. Eksempler på dette er «budvarsel på SMS», «tilbud på finansiering pr. telefon eller e-post» og «tips om lignende boliger for salg pr. e-post».

En uttrykkelig anmodning eller et forhåndssamtykke må avgis ved en aktiv handling. Et forhåndsavkrysset felt er ikke tilstrekkelig til å oppfylle dette kravet. Det må også fremgå tydelig *hva* man takker ja til, og en anmodning om å bli kontaktet om markedsføring per telefon må være klart adskilt fra et samtykke til å bli kontaktet via e-post eller SMS. Forbrukeren kan trekke tilbake anmodningen eller samtykket når som helst.

Det er et unntak fra kravet om å innhente forhåndssamtykke eller uttrykkelig anmodning til direktemarkedsføring i tilfeller hvor det foreligger et *eksisterende kundeforhold* mellom partene, men dette unntaket er upraktisk for næringsdrivende som driver eiendomsmeglingsvirksomhet. Et inngangsvilkår er nemlig at det er gjort en avtale om kjøp av en vare eller en tjeneste. Eiendomsmeglerforetak vil derfor aldri ha eksisterende kundeforhold med forbrukere basert kun på at disse har vist interesse for en bolig ved å bestille salgsoppgave.

Et engangskjøp vil som hovedregel heller ikke være nok til at det foreligger et eksisterende kundeforhold. Det sentrale vurderingstemaet er om handelen gjør at det er *naturlig med videre kontakt* mellom den næringsdrivende og kunden. Hvis dette ikke er tilfelle, foreligger det ikke et eksisterende kundeforhold. For at kundeforholdet ikke skal regnes som avsluttet, må markedsføringshenvendelsen i tillegg skje innen rimelig tid etter salget. Ved

---

<sup>1</sup> <https://www.brreg.no/produkt-og-tenester-nn/reservasjon-mot-telefonsal-og-adressert-reklame/>

<sup>2</sup> [https://w5.brreg.no/reservasjon/resreg\\_statistikk.jsp](https://w5.brreg.no/reservasjon/resreg_statistikk.jsp)

markedsføring basert på et eksisterende kundeforhold kan markedsføringen bare gjelde den næringsdrivendes egne ytelser tilsvarende dem som kundeforholdet bygger på.

#### *Henvendelser som ikke er markedsføring - endringer i saklig informasjon*

Forbrukertilsynet har tidligere vært i dialog med Eiendom Norge, Websystemer og Vitec Megler om hvordan eiendomsmeglingsforetakene og systemleverandørene må opptre for å oppfylle kravene i markedsføringsloven. Eiendom Norge har i den forbindelse gitt uttrykk for følgende, som er i samsvar med Forbrukertilsynets standpunkter:

*«Når en interessent har lagt igjen kontaktinformasjon ved bestilling av salgsoppgave, så kan megler kontakte interessenten uten særskilt samtykke bare der det er endringer i saklig informasjonen om boligen, som f.eks. korrigerer innhold i salgsoppgaven, visningstidspunkt mv.»*

Informasjon om *endringer i den saklige informasjonen om boligen* er ikke markedsføring i lovens forstand. Det er her tale om informasjon det er nødvendig å få formidlet til forbrukeren i forkant av visning eller kjøp. Typisk vil det dreie seg om å rette opp i feil i salgsoppgaven forbrukeren har mottatt, dersom det f.eks. viser seg å være gitt uriktige eller mangelfulle opplysninger i takstrappreport eller egenerklæringsskjema. Dersom en annonsert visning blir avlyst eller flyttet, vil informasjon om dette også bli vurdert som saklig og nødvendig.

Forbrukertilsynet vil presisere at det normalt skal lite til før en henvendelse regnes som markedsføring i lovens forstand. Eksempler på markedsføring:

- Nyhetsbrev fra meglerforetaket
- Henvendelse der eiendomsmegler ønsker velkommen til visning, minner om visningstidspunkt og lignende
- Henvendelse der eiendomsmegler minner forbrukeren på at det nå er mulig å legge inn bud på eiendommen, eller gir annen informasjon om bud og budrunde
- Henvendelse der eiendomsmegleren ønsker å kartlegge forbrukerens interesse for eiendommen, herunder spørre om hvorfor vedkommende valgte å bestille salgsoppgaven
- Henvendelse der eiendomsmegleren kontakter forbrukeren for å høre om vedkommende har noen spørsmål vedrørende boligen eller salgsoppgaven
- Henvendelse der eiendomsmegleren tilbyr verdivurdering av bolig eller hjelp til finansiering

#### *Foretakene må sikre at regelverket blir fulgt*

Forbrukertilsynet krever at foretakene har rutiner som sikrer at reglene om direktemarkedsføring blir fulgt.

Når eiendomsmegler får beskjed om at en forbruker har bestilt en salgsoppgave, skal megler enkelt forstå om forbrukeren har valgt å akseptere markedsføring via telefon, SMS eller e-post, og hva samtykket i så fall omfatter.

Foreligger det ikke forhåndssamtykke fra forbrukerens side, skal det ikke sendes ut SMS eller e-post med markedsføring. Ønsker eiendomsmegler å ringe en forbruker som ikke har gitt en uttrykkelig anmodning om å bli oppringt, må det avklares at vedkommende ikke er reservert mot telefonmarkedsføring i Reservasjonsregisteret.

Det finnes informasjon om gjeldende lovverk på våre nettsider, forbrukertilsynet.no. Vi viser spesielt til:

- Forbrukertilsynets veiledning om markedsføring via e-post, SMS o.l.:  
<https://www.forbrukertilsynet.no/lov-og-rett/veiledninger-og-retningslinjer/forbrukertilsynets-veiledning-markedsforing-via-e-post-sms-o-l>
- Forbrukertilsynets veiledning om regelverket ved telefonsalg, se særlig punkt 3.5:  
<https://www.forbrukertilsynet.no/lov-og-rett/veiledninger-og-retningslinjer/forbrukerombudets-veiledning-regelverket-telefonsalg>
- Forbrukertilsynets veiledning om markedsføring av bolig, kapittel 5:  
<https://www.forbrukertilsynet.no/lov-og-rett/veiledninger-og-retningslinjer/forbrukertilsynets-veiledning-om-markedsforing-av-bolig>

### *Tilsyn og sanksjoner*

Forbrukertilsynet skal søke å påvirke næringsdrivende til å innrette seg etter markedsføringsloven og annet regelverk som Forbrukertilsynet fører tilsyn med. Ved brudd på markedsføringsloven eller annen lovgivning som vi håndhever, kan Forbrukertilsynet fatte vedtak om forbud (§ 40), påbud (§ 41), tvangsmulkt (§ 42) og i visse tilfeller overtredelsesgebyr (§ 43), jf. mfl. § 39.

Vedtak kan også rettes mot personer eller selskaper som medvirker til lovbrudd (§ 39 annet ledd). Medvirkningsansvaret omfatter fysiske personer, for eksempel daglig leder, styreleder eller styremedlemmer i et selskap. Det omfatter også andre selskaper som har medvirket til lovbruddene, for eksempel reklamebyråer, medier eller plattformer som bistått den næringsdrivende.

For å sikre at vedtak etter §§ 40 og 41 overholdes, skal Forbrukertilsynet fastsette en tvangsmulkt som den som vedtaket retter seg mot skal betale dersom vedkommende overtrer vedtaket (§ 42). Forbrukertilsynet kan unnlate å fastsette en tvangsmulkt dersom særlige grunner tilsier det. Tvangsmulkten kan settes som et engangsbeløp, et beløp pr. overtredelse eller som en løpende mulkt (f. eks. pr. dag eller uke inntil den næringsdrivende slutter å bryte vedtaket).

\*\*\*

*Dersom Forbrukertilsynet ikke opplever at meglerforetakene endrer praksis vedrørende direktemarkedsføring, vil vi vurdere å gjennomføre en større tilsynsaksjon i 2020.*

Med vennlig hilsen  
for Forbrukertilsynet

Nora Elise W. Gløersen  
juridisk seniorrådgiver

*Dokumentet er godkjent elektronisk og har derfor ingen håndskrevet signatur*