Takk for hyggelig møte den 14.01.21. I samarbeid med Nina Skumsrud har jeg skrevet en liten oppsummering – og et forslag avslutningsvis i mailen.

Foranledningen for møtet var behov for avklaring av hva som er Forbrukertilsynets oppfatning av  hva som (i hht markedsføringsloven) er korrekt angivelse av antall soverom i boligannonser/salgsoppgaver.

I denne sammenheng er det særlig det «søkbare» antallet soverom (søkeparametere) som er tema. Vi erfarer at det er usikkerhet rundt dette, og mener at det er viktig å få en avklaring.

*Kort oppsummering av historikk/ praksis:*

Vår oppfatning og erfaring er at det er relativt utbredt praksis i eiendomsmeglerbransjen at man i meglersystemene/befaringsrapporter legger inn det antall rom som er i faktisk bruk som soverom og som man har grunn til å tro er godkjent. Det antall rom som legges inn i fagsystemet er det som senere vises på Finn.no som "antall soverom". Altså, at rom man vet eller antar ikke er godkjent for aktuell bruk tas ikke med her. Disse rommene som brukes som soverom, men som ikke fremgår i søkefeltet for antall, beskrives i stedet  i annonseteksten (og i prospektet). F eks vil en bolig med 4 rom benyttet som soverom, men hvor ett av dem ikke er godkjent, etter dette praksisen bli angitt med formelen 3 (søkbar), mens det i annonsen omtales at det også er et fjerde som rom benyttes som det. Altså formelen 3 + 1.

Alternativet er at man legger samme bolig søkbar med 4 soverom, og i annonseteksten omtaler at ett av disse ikke er godkjent. Altså formelen 4 minus 1.

Førstnevnte alternativ (3+1) oppfattes å ha vært *praksis før Bransjenormen 2014.*

Ved Bransjenormen 2014 ble det i Vedlegg 1 om «nøkkelinformasjon» presisert gjennom forklaringstekst til punktet «antall soverom» at *«\*\*\* Det er den faktiske bruken av rommet på markedsføringstidspunktet som er avgjørende. Bruken av*

*rommet kan være i strid med byggteknisk forskrift og/eller mangle godkjennelse i kommunen for den aktuelle bruken».*

Oppfatningen i bransjen var som følge av dette at det var *tillatt* å opplyse om f eks. 4 soverom, og så i teksten opplyse at det 1 ikke var godkjent (man måtte også tydelige få frem at rommet ikke var lovlig under bilder mm.). Dette tilsier at det er i tråd med markedsføringsloven å angi det antall som benyttes som soverom. (Altså formelen 4 minus 1 i eksempelet over).

Det bemerkes i denne sammenheng at det i perioden 2014-2018 har vært ulik praksis i eiendomsmeglingsbransjen hvor en del kjeder/ foretak etter det vi erfarer har *hatt strengere rutiner* enn hva Bransjenormen gav uttrykk for, basert på det syn at «best practice» er å angi som søkbart det antall som man vet/antar er godkjent. Dette har da altså vært en «strengere praksis» enn hva som følger av Bransjenormen 2014.

I Veiledningen 2018 kan vi ikke se at problemstillingen er omtalt. I pkt pkt. 3.3.2., med overskriften *Boligtype, etasje og antall rom,* står det

"Hvilken boligtype (enebolig, tomannsbolig, rekkehus, blokkleilighet, terrasseleilighet, fritidsbolig osv.) som er til salgs skal oppgis i salgsoppgaven, og må som klar hovedregel også komme frem i all annen markedsføring. Det samme gjelder hvilken etasje en leilighet ligger, eller hvor mange plan boligen har."

Til tross for overskriften er det her altså ikke omtalt antall rom eller hvordan megler skal markedsføre dette.

Til illustrasjon er det i Veiledningen beskrevet at P-rom skal angis. Som Forbrukertilsynet er fullt innforstått med er lovlighet ikke et kriterium for måleverdiget etter standarden, men det skal likevel angis, og anses ikke å være i strid med markedsføringsloven.

*Hva er gjeldende rett?*

Et det tilsiktet noen endring, har Forbrukertilsynet har endret oppfatning  sammenlignet med Bransjenormen 2014?

For å oppsummere står vi altså i den situasjonen at det er usikkerhet om hva som er gjeldende rett.

Mange følger det som både før 2014, og etter 2014 har vært ansett som «best practice», men spørsmålet er om man opererer i strid med markedsføringsloven om man velger den andre metoden.

Det er altså uansett en forutsetning at det kommer tydelig frem i annonsen og prospektet dersom man vet/ antar at antall godkjente soverom er mindre enn det antall rom som brukes som det. («Formelen 4 minus 1» i eksempelet over).

Vi forsto dere slik at dere delte oppfatningen om hva som var «best practice», men ikke hadde noe klart svar på om dette er strengere enn hva markedsføringsloven tilsier.

*Konsekvens og behov for avklaring:*

Uavhengig av hvilken variant man benytter ved angivelse av rom/ beskrivelse i markedsføringen, er forutsetningen at kjøper er orientert om realitetene/ har fulle opplysninger på tidspunktet han tar kjøpsbeslutningen. Ergo, kjøper lider ikke noe økonomisk tap, og selger kommer ikke i ansvar pga forventningsavvik. Dersom det anses som brudd på markedsføringsloven å bruke det antall rom som benyttes som soverom i søkekriteriet, er konsekvensen at megler kan felles for brudd på god meglerskikk på grunn av dette. Meglere utsettes for press fra oppdrasgivere som uansett ikke løper noen risiko når kjøper får klare og fulle opplysninger i teksten, og det er konkurransevridende mellom meglere som forholder seg til den praksis som angis i Bransjenormen 2014 og de som praktiserer det strengere.

På grunn av uklarheten om det som *vi* anser som best practice er strengere enn hva som følger av markedsføringsloven, håper vi at Forbrukertilsynet kan prioritere å klargjøre sitt synspunkt med en uttalelse til Veiledningen på dette punkt, eller i en oppdatering av denne.

Vi har forståelse for at også Forbrukertilsynet må gjøre prioriteringer, og at Veiledningen uansett må oppdateres når ny NS3940 foreligger. Disse spørsmålene er dels tilgrensende, men de er ikke avhengige av å behandles samtidig.

*En praktisk løsning –  fjerne «skjemafellen»:*

Som nevnt i møtet ser vi imidlertid også en annen «løsning», nemlig at finn.no kan legge en ledetekst/ en forklaring/ forbehold inn i søkefeltet som gjør forbruker oppmerksom på at det er det antall rom som faktisk - uavhengig av status – som er søkbart.

Vi har overhode ingen grunn til å tro at finn.no har noe ønske om å sette hverken forbrukere eller eiendomsmeglere i en vanskelig situasjon, og på grunn av utforming av skjematuret forårsake denne uheldige situasjonen.

Vi anmoder derfor Forbrukertilsynet om å ta dette opp med finn.no slik at de blir oppmerksomme på denne «bivirkningen» av det tekniske oppsettet. Vi tenker at en slik endring i skjematuret for annonser vil avbøte på dette skjemaskapet problemet, samtidig som det vil gi forbrukere riktigere informasjon.

Med vennlig hilsen,

Silje N. Andresen
Juridisk direktør / advokat MNA
**Norges Eiendomsmeglerforbund**