

Granskning av prisinformation på webbplats och faktura

1 Inledning

Konsumentverket är den centrala tillsynsmyndigheten på konsumentområdet. Ett av Konsumentverkets uppdrag är att övervaka efterlevnaden av lagar som reglerar konsumentskyddet på marknaden som till exempel prisinformationslagen och marknadsföringslagen. För en väl fungerande marknad är det viktigt att prisuppgifter och marknadsföring inte vilseleder konsumenter. Tydliga och korrekta prisuppgifter är även en förutsättning för att konsumenter ska kunna jämföra priser och göra medvetna val när de ska ingå avtal. För en konsument är det svårt att kontrollera om det månadsbaserade rörliga elpris som faktureras av elhandelsbolag överensstämmer med det pris som konsumenten har avtalat om. Det kan vara besvärligt och komplicerat för konsumenten att få tillgång till prisuppgifter om de olika komponenter som elpriset består av. Ett sätt för konsumenten att kontrollera elpriset på fakturan är att granska om det stämmer överens med det elpris som marknadsförs på elhandelsbolagets webbplats. Konsumentverket har därför granskat hur prisinformation för avtalsformen månadsbaserat rörligt pris presenteras på elhandelsbolags webbplatser och konsumenters fakturor.

1.1 Om granskningen

Konsumentverket har granskat hur pris för rörliga avtal med månadsbaserat pris för mars månad 2022 presenteras på elhandelsbolags webbplatser och har därefter begärt in fakturor som skickats till konsumenter från elhandelsbolagen för motsvarande period. De fakturor som begärdes in skulle avse en konsument med en årlig förbrukning runt 2000 kWh som har rörligt avtal med månadsbaserat pris utan övriga tillägg som exempelvis val av energislag och andra tilläggsprodukter samt avse förbrukning av el under mars månad 2022. Totalt begärdes fyra fakturor in från varje bolag, en från varje elområde (SE1-SE4). Några elhandelsbolag har inte kunnat skicka in fakturor för alla elområden då de saknar kunder i området eller inte har någon kund som motsvarar de uppgifter som begärts. Elhandelsbolagens avtalsvillkor för hur pris beräknas ingår inte i granskningen utan endast den prisinformation som visas på webbplatsen och fakturan har granskats. Konsumentverket har ingen

kännedom om det specifika avtal som konsumenten tecknat med elhandelsbolaget.

Följande elhandelsbolag har granskats:

1. Fortum
2. Vattenfall
3. Eon
4. Jämtkraft
5. Göteborg Energi
6. Bixia
7. Skellefteå Kraft
8. Telge Energi
9. GodEl
10. Kraftringen
11. Telinet
12. Öresundskraft
13. Varberg Energi
14. DooGood El
15. Nordic Green Energy
16. Lumo Energi
17. Borås Elhandel
18. Umeå Energi
19. Storuman Energi
20. Eskilstuna Energi och Miljö
21. Jönköping Energi
22. Karlstads Energi
23. Gävle Energi
24. Luleå Energi
25. Fyrfasen Energi
26. Gotlands Energi
27. Halmstads Energi
28. Kalmar Energi
29. GNP Energy

2 Rättslig reglering

2.1 Marknadsföringslagen

Marknadsföringslagen (2008:486) är den centrala lagen när det gäller information från näringsidkare till konsument och är tillämplig vid all marknadsföring. Med marknadsföring avses inte bara reklam utan redan själva saluhållandet av en produkt, även om det är helt passivt, är marknadsföring. Marknadsföringslagen är även tillämplig på efterköpsituationer.

Enligt 5 § marknadsföringslagen ska marknadsföring stämma överens med god marknadsföringssed. Marknadsföring som strider mot god marknadsföringssed

är enligt 6 § marknadsföringslagen att anse som otillbörlig om den i märkbar mån påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

Av 10 § första stycket marknadsföringslagen får en näringsidkare vid marknadsföring inte använda sig av felaktiga påståenden eller andra framställningar som är vilseledande i fråga om näringsidkarens egen eller någon annans näringsverksamhet. All marknadsföring ska således vara vederhäftig och det ankommer på näringsidkaren att styrka att samtliga påståenden eller framställningar som använts i marknadsföringen är riktiga. Av bestämmelsens andra stycke framgår att kravet på vederhäftighet särskilt rör bland annat framställningar som rör produktens pris. Enligt 10 § tredje stycket marknadsföringslagen får en näringsidkare inte heller utelämna väsentlig information i marknadsföringen av sin egen eller annans näringsverksamhet. I förarbetena anges att med vilseledande utelämnande jämförs även sådana fall där den väsentliga informationen ges på ett oklart, obegripligt eller annat olämpligt sätt så att framställningen framstår som vilseledande.¹

Marknadsföring som är vilseledande enligt 10 § marknadsföringslagen är enligt 8 § marknadsföringslagen att anse som otillbörlig om den påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut. Vid bedömningen av om en marknadsföringsåtgärd är otillbörlig är utgångspunkten hur en genomsnittskonsument som är normalt informerad samt skäligen uppmärksam och upplyst kan antas uppfatta den aktuella marknadsföringen.²

En näringsidkare vars marknadsföring är otillbörlig får, enligt 23 § marknadsföringslagen, förbjudas att fortsätta med denna eller annan liknande åtgärd. Enligt 24 § marknadsföringslagen får en näringsidkare som i in marknadsföring låter bli att lämna väsentlig information åläggas att lämna sådan information.

2.2 Prisinformationslagen

Pris definieras i 2 § prisinformationslagen (2004:347) som det slutliga priset för en bestämd enhet av en produkt, uttryckt i kronor, inklusive mervärdesskatt och andra skatter. Det vedertagna sättet att ange pris för el är öre per kilowattimme (kWh). Vad gäller elpris är det slutliga priset samtliga poster som elhandelsbolaget tar betalt för som till exempel el, elcertifikatavgift, elhandelsbolagets påslag och mervärdesskatt. Tillkommer det en års- eller månadsavgift eller någon övrig avgift ska även den anges. Enligt 10 § prisinformationslagen ska prisinformationen vara korrekt och tydlig. Om en näringsidkare inte lämnar korrekt prisinformation ska marknadsföringslagen

¹ Prop. 2007/08:115 s. 148 f.

² Skäl 18 i direktivet om otillbörliga affärsmetoder (2005/29/EG) och EU-domstolens dom den 18 oktober 2012 i mål C-428/11 Purley Creative, EU:C2012:651, p. 53

tillämpas enligt 12 § prisinformationslagen. Prisinformationen anses då vara väsentlig information enligt 10 § tredje stycket marknadsföringslagen.

3 Resultat och bedömning

Det är elhandelsbolagen som ansvarar för att prisinformationen är klar och tydlig och att marknadsföringen är vederhäftig. Vid bedömningen om marknadsföring är otillbörlig är utgångspunkten hur den uppfattas av en genomsnittskonsument. Konsumentverkets bedömning är att marknadsföringen på webbplatserna riktar sig till konsumentkollektivet i allmänhet och särskilt mot konsumenter som har ett elavtal eller ska ingå ett elavtal. Bedömningen ska således ske med utgångspunkt i hur marknadsföringen är ägnad att uppfattas av en normalt informerad samt skäligen uppmärksam och upplyst genomsnittskonsument i denna målgrupp.

Prisinformation

Prisuppgift är normalt sett en av de viktigaste faktorerna som en konsument tar hänsyn till när han eller hon ska fatta ett affärsbeslut. Ett sätt för konsumenten att kontrollera elpriset på fakturan är att granska om det stämmer överens med det elpris som marknadsförs på elhandelsbolagets webbplats.

Vid granskning av webbplatser och fakturor var det 17 elhandelsbolag som visade samma elpris på webbplatsen och på fakturorna. För de elhandelsbolag som inte har haft samma elpris på webbplatsen och fakturorna har elpriset på fakturorna i vissa fall varit högre än det pris som presenteras på webbplatsen och i vissa fall lägre. Det var 22 elhandelsbolag som hade samma månad- eller årsavgift på webbplatsen som på fakturan. I vissa fall har avgiften som visats på webbplatsen varit högre än den avgift som konsumenten fakturerats och i vissa fall lägre. Det går mot bakgrund av det granskade materialet inte att avgöra om det är elpriset och avgiften på webbplatsen eller på fakturan som är korrekt. Det är dock elhandelsbolagens ansvar att visa korrekt och tydlig prisinformation på webbplats och faktura.

Konsumentverket kan konstatera att det är vanligt att prisuppgifterna presenteras olika detaljerat på elhandelsbolagets webbplats och konsumentens faktura. Exempelvis är det vanligt att det på fakturan anges "elpris" medan det på webben är uppdelat i "elpris", "elcertifikat", "påslag", med mera eller tvärtom. En ordning där priset inte presenteras på samma sätt på webbplats och faktura gör det svårare för konsumenten att kontrollera att priset på webben överensstämmer med fakturerat pris.

Konsumentverket har även noterat att vissa elhandelsbolag redovisar sina priser i olika enheter. På webbplatsen kan exempelvis priset presenteras i öre/kWh medan det på fakturan redovisas i kr/kWh, eller tvärtom. Detta påverkar också jämförbarheten då konsumenten måste räkna om beloppen för att kunna göra en jämförelse. Det vedertagna sättet att ange pris för el är

öre/kWh och att inte ange priset på detta sätt får anses strida mot god marknadsföringssed. Då marknadsföringen i märkbar mån påverkar eller sannolikt påverkar konsumentens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut är den att anse som otillbörlig.

En ytterligare faktor som noterats vid granskningen och som kan bidra till en svårighet att jämföra priserna på webbplats och faktura rör redovisningen av moms. Det är i vissa fall otydligt huruvida moms ingår i samtliga priser som redovisas eller om den endast är inkluderad i vissa priskomponenter. Redovisningen av moms kan, liksom andra priskomponenter, även skilja sig åt mellan webbplats och faktura. Enligt prisinformationslagen ska det slutliga priset inkludera moms. Att inte ange priset på detta sätt strider mot prisinformationslagen och då prisinformationen sannolikt påverkar konsumentens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut är den att anse som otillbörlig marknadsföring.

Terminologi

Vid granskningen har det kunnat konstateras att elhandelsbolagen använder sig av olika terminologi för att beskriva priskomponenterna på webbplatsen och konsumentens faktura. För att belysa den varierande terminologin som används av bolagen för att beskriva elpriset har följande olika begrepp noterats i granskningen:

- El
- Pris
- Elpris
- Rörligt pris
- Ditt elpris
- Elhandelspris
- BörsEl Energipris
- Pris per kWh
- El rörligt pris
- Förbrukning
- Energiavgift
- Inköpspris
- Spotpris
- Volymvägt spotpris
- El SE1, 2, 3 eller 4
- Förbrukning område 1, 2, 3 eller 4

Det ska förtydligas att det varierar huruvida dessa olika begrepp även inkluderar exempelvis påslag, elcertifikat och andra tillkommande kostnader. I vissa fall inbegriper dessa begrepp samtliga kostnader och i vissa fall tillkommer ytterligare priskomponenter för att få ett totalpris för elpriset.

Begreppet som åsyftar elpriset är det begrepp som varierar i störst utsträckning mellan elhandelsbolagen men även inom samma bolag sett till användningen på webbplatsen och faktura, varför begreppet särskilt lyfts fram i denna granskning.

4 Slutsatser

Det är endast 17 av 29 granskade elhandelsbolag som visar samma elpris på webbplats och faktura. Det går mot bakgrund av det granskade materialet inte att dra någon slutsats kring huruvida konsumenten blivit felaktigt debiterad då det inte går att avgöra var bristen förekommer. Det går endast att fastslå att det förekommer en diskrepans mellan priset på webbplatsen och konsumentens faktura och att det är elhandelsbolagen som ansvarar för att konsumenter får korrekt prisinformation. Det kan dock konstateras att det är vilseledande marknadsföring att inte ange samma elpris på webbplatsen och fakturan.

Det är inte ovanligt att elhandelsbolag presenterar elpriset på olika sätt på webbplatsen och på fakturan. Till exempel kan konsumenten behöva räkna ihop flera kostnadsposter på webbplatsen för att få fram priset medan det på fakturan endast presenteras ett totalpris. Det ska inte finnas några tvivel för konsumenten om vad de olika priskomponenterna innebär och vad det totala priset kan komma att bli. Det är svårt att säga vilken ordning som är att föredra för konsumenten vad gäller hur detaljerat priskomponenterna ska presenteras. Utifrån perspektivet jämförbarhet är det viktigt att elhandelsbolagen använder samma terminologi på webbplatsen som på fakturan.

På grund av den mängd begrepp som används är det enligt Konsumentverkets bedömning särskilt viktigt att den information som ges till konsument är tydlig. På så vis kan konsumenten enklare följa och jämföra prisuppgifterna som presenteras. När det kommer till användandet av olika begrepp för elpriset vill Konsumentverket framhålla att det är av vikt att fundera över vilket intryck begreppet ger konsumenten. Vissa begrepp kan vilseleda konsumenten att tro att priset exempelvis går att kontrollera mot Nord Pool, trots att så inte är fallet. Det åligger elhandelsbolagen att säkerställa att de begrepp som används är tydliga och inte kan missförstås. Elhandelsbolaget ska kunna styrka det som påstås i marknadsföringen.

5 Uppföljning

Konsumentverket har, som framgått ovan, uppmärksammat brister. De elhandelsbolag som ingått i granskningen kommer att få del av denna promemoria. Konsumentverket förutsätter att bolagen tar vad som anförts angående brister i marknadsföringen i beaktande och ser över aktuell prisinformation och marknadsföring. Konsumentverket kommer att göra en uppföljning för att säkerställa att så har skett. Promemorian kommer även att

skickas till Energiföretagen Sverige med förhoppning om att organisationen sprider den till sina medlemmar.