



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 44/2021

## Fullyrðingar Heklu um innifalinn ávinning

### I.

#### Málsmeðferð

##### 1.

Með bréfi Neytendastofu til Heklu hf., dags. 4. júní 2021, var greint frá því að stofnuninni hefði borist ábending frá neytanda vegna notkunar félagsins á hugtakinu „innifalinn ávinningur“ við kynningu á Audi e-tron bifreiðum á vefsíðu félagsins. Í bréfinu kom fram að hugtakið virtist ekki vera skýrt nánar á vefsíðu félagsins og að mati stofnunarinnar væri óljóst við hvað væri átt með notkun hugtaksins. Í bréfinu var vakin athygli á ákvæðum 2. og 4. mgr. 6. gr. auk 1. mgr. 8. gr. og d. lið 1. mgr. 9. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu. Í bréfinu var óskað eftir skýringum eða athugasemdum frá Heklu um efnið.

##### 2.

Svar Heklu barst Neytendastofu með tölvupósti, dags. 21. júní 2021. Í svarinu kom fram að „innifalinn ávinningur“ þýddi í raun það sama og „afsláttur.“ Notkun hugtaksins væri tilkomið vegna samkomulags milli Heklu og Audi AG. Í samkomulaginu fólst að Íslendingum yrði boðið Audi e-tron bílar á sérstökum tilboðskjörum árið 2021 vegna þess hve vel Íslendingar hafa tekið rafbílavæðingu. Samningurinn fæli það einnig í sér að Hekla og Audi AG gæfu eftir hluta af sinni framlegð og fengi viðskiptavinurinn að njóta þess með því að greiða lægra verð en ella. Audi AG gæfi þannig Heklu afslátt af verðlistaverði Audi e-tron bíla gegn því að Hekla gæfi einnig eftir ákveðna prósentu hluta af framlegð bílsins. Upphæðin sem væri birt sem „innifalinn ávinningur“ væri heildarupphæð afsláttarins sem viðskiptavinurinn fengi. Hekla bendi á að ef samningurinn væri ekki í gildi þá væri verð bílsins hærra sem munaði upphæðinni á innifalda ávinningnum. Meðfylgjandi var að finna dæmi þar sem fram kom að til þess að fá raunverulegt verð bílanna án afsláttar þyrfti að leggja hin „innifalda ávinning“ við hið uppgafna verð.

Þá bendi Hekla á að þegar sá fjöldi bíla sem samningurinn næði til hefði verið seldur myndi verð á bifreiðunum hækka sem munaði hinum innifalda ávinningi. Innifalinn ávinningur væri því tilboðsverð sem ætti einungis við ákveðinn fjölda bíla.



Ástæða þess að orðalagið „innifalinn ávinningur“ sé notað í stað orðsins „afsláttur“ sé vegna þess að Audi AG vilji ekki að notuð séu orðin „afsláttur“ eða „tilboð“ í samhengi við Audi vörumerkið. Audi sé hágæða vörumerki og forsvarsmenn fyrirtækisins telji það að auglýsa afslátti og tilboð geti haft neikvæð áhrif á ímynd vörumerkisins. Orðið „ávinningur“ hafi hins vegar jákvæðara yfirbragð en orðið „afsláttur“ og þess vegna hefði niðurstaðan verið sú að nota orðalagið „innifalinn ávinningur“. Þessi leið til að kynna verðið hafi því verið skilyrði af hálfu Audi en án þess hefði Hekla ekki getað boðið íslenskum neytendum upp á þetta verð. Þetta sé sama nálgun og sé notuð í Noregi en samningurinn sem Hekla gerði við Audi AG sé að fyrirmynd svipaðs samnings sem Audi AG hafi gert við Möller sem sé með umboðið fyrir Audi í Noregi. Þar sé notað orðið „kundefordel“ sem myndi þýðast beint yfir á íslensku sem „ávinningur viðskiptavina.“

Eftir ábendingu Neytendastofu, um að ekki væri nægilega skýrt á heimasíðu Heklu hvað fælist í orðalaginu „innifalinn ávinningur“, hefði verið bætt við útskýringu á hugtakinu á verðlista viðeigandi bifreiða. Meðfylgjandi var að finna afrit af verðlista þar sem hugtakið „innifalinn ávinningur“ er stjörnumerkt og í minna letri fyrir neðan verðlistann til vinstri kemur fram textabútur sem segir „*innifalinn ávinningur er sú upphæð sem búið er að veita sem afslátt af fullu verði bílsins.*“

Að lokum bendi Hekla á að ekki sé hægt að halda því fram að fyrirtækið hafi brotið í bága við góða viðskiptahætti og reynt að blekkja eða veita neytendum rangar upplýsingar um verð vöru. Fyrirtækið hafi einfaldlega verið að reyna að koma til móts við skilyrði Audi AG um að nota ekki orð sem hafi neikvæðan blæ eins og „afsláttur“ eða „tilboð“ en það hefði verið forsenda þess að Hekla gæti boðið neytendum bifreiðarnar á þessum verðum. Sannarlega sé um sérstakt tilboðsverð að ræða þar sem hvort tveggja Hekla og Audi AG séu að gefa afslátt af vörunni neytendum til hagsbóta.

### 3.

Með bréfi Neytendastofu, dags. 14. júlí 2021, vakti Neytendastofa athygli Heklu á þeim reglum er gilda um kynningar á verðlækkunum. Vakin var athygli á 11. gr. laga nr. 57/2005 ásamt 2. og 3. gr. reglna nr. 366/2008, um útsölur eða aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði. Þá óskaði stofnunin eftir upplýsingum um hvenær Audi e-tron 50 og Audi e-tron bifreiðar 55 höfðu síðast verið boðnar til sölu á tilgreindu fyrra verði og að færðar yrðu sönnur fyrir því að vörunar hefðu verið seldar á tilgreindu fyrra verði.

Þá benti stofnunin á að útskýring Heklu á hugtakinu „innifalinn ávinningur“ væri einungis að finna hjá verðlista bílanna en ekki á öðrum stöðum þar sem hugtakið væri kynnt. Enn fremur benti stofnunin á að hugtökin „ávinningur“ og „afsláttur“ væru ekki samkynja. Ávinningur vísaði til hagnaðar eða að það væri fengur af einhverju og afsláttur vísaði til þess að slegið væri af verði einhvers hlutar. Kæmi því að mati stofnunarinnar til skoðunar hvort um villandi hugtakanotkun væri að ræða sem gæti falið í sér brot gegn 1. mgr. 8. gr. og d. lið 1. mgr. 9. gr.,



sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005. Fór Neytendastofa fram á skýringar eða athugasemdir Heklu við efni bréfsins.

#### 4.

Svar Heklu barst með bréfi, dags. 17. ágúst 2021. Í bréfinu kom fram að eftir athugasemdir Neytendastofu hafi félagið hætt að nota hugtakið „innifalinn ávinningur.“ Með því að nota hugtakið „afsláttur“ hefði félagið ekki verið að halda því fram að þetta væru sömu hugtökin eða að „innifalinn ávinningur“ hafi verið annað heiti yfir útsölu eða lækkað verð í skilningi 11. gr. laga nr. 57/2005 eða samkvæmt reglugerð nr. 366/2008. Félagið biðjist velvirðingar á ónákvæmni að þessu leyti í tilraunum félagsins til að skýra inntak hugtaksins „innifalinn ávinningur.“

Með notkun hugtaksins „innifalinn ávinningur“ eða „ávinningur“ sé verið að vísa til ávinnings viðskiptamanna félagsins af samkomulagi þess við bifreiðaframleiðandann Audi AG um lækkan á útsöluverði bifreiðanna Audi e-tron 50 og 55. Samkomulag milli Heklu og Audi AG hefði falið það í sér að Audi AG skuldbatt sig til þess að lækka verð tilgreindra bifreiða gegn því að Hekla lækkaði einnig álagningu sína, þannig að ávinningur af samkomulaginu skilaði sér til neytandans. Ávinningurinn fælist í því að verð bifreiða af þessari gerð hafi verið 1.500.000 kr. - 1.870.000 krónum lægra en annars hefði orðið. Samkomulagið hefði verið tímabundið í þeim skilningi að það hafi aðeins tekið til fyrir fram ákveðins fjölda bifreiða.

Ávinningur af samkomulaginu væri því bæði raunverulegur og sannanlegur í skilningi 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005. Þá hefði Audi AG gert samskonar samkomulag við seljanda Audi í Noregi og Hekla hefði horft til þess með hvaða hætti hinn norski samstarfsaðili Audi AG hefði kynnt samkomulagið fyrir neytendum þar í landi, sbr. fyrra bréf Heklu dags. 21. júní 2021, þar sem notast var við hugtakið „kundefordel“ sem Hekla þýddi „ávinningur viðskiptavina.“

Heklu hafi verið heimilt að koma á framfæri við viðskiptamenn sína upplýsingum um að verðlagning á bifreiðunum Audi e-tron 50 og 55 tæki tímabundið mið af sérstöku samkomulagi við Audi AG um lækkan verðs til neytenda og upplýsa í leiðinni um áhrif samkomulagsins á verðið. Þær upplýsingar máttu ekki vera villandi eða rangar. Hekla telur að hvorugt eigi við.

Með bréfi Neytendastofu, dags. 24. ágúst 2021, tilkynnti stofnunin Heklu að gagnaöflun væri lokið og að í framhaldinu yrði tekin ákvörðun í málinu.

## II.

### Niðurstaða

#### 1.

Mál þetta varðar notkun Heklu hf. á hugtakinu „innifalinn ávinningur“ við kynningu á Audi e-tron 50 og 55 bifreiðum. Hugtakið birtist fyrst á heimasíðu félagsins þar sem ekki var útskýrt í



hverju umræddur ávinningur fælist. Í bréfum Neytendastofu til Heklu kom fram að stofnunin teldi háttsemina til þess fallna að brjóta gegn ákvæðum 2. og 4. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr., d. liðar 1. mgr. 9. gr. og 11. gr. sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, auk 2. og 3. gr. reglna nr. 366/2008, um útsölur eða aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði

Í svörum Heklu hefur komið fram að hugtakið „innifalinn ávinningur“ vísi til verðlækkunar á Audi e-tron 50 og 55 bifreiðum sem neytendur njóti í kjölfar samkomulags Audi AG og Heklu. Einnig hefur komið fram að hugtakið hafi verið notað að norskri fyrirmynd þar sem Audi AG vilji ekki að hugtök á borð við afslátt séu tengd vörumerkinu Audi. Jafnframt hefur komið fram að notkun hugtaksins hafi ekki verið ætlað að vera villandi eða röng.

## 2.

Í 5. gr. laga nr. 57/2005 er lagt almennt bann við óréttmætum viðskiptaháttum, áður en, á meðan og eftir að viðskipti með vöru fer fram eða þjónusta er veitt. Hvað teljist til óréttmætra viðskiptahátta er nánar tilgreint í III. – V. kafla laganna.

Ákvæði 2. mgr. 6. gr. er svohljóðandi:

*„Auglýsingar og aðrar viðskiptaaðferðir skulu ekki vera ósanngjarnar gagnvart keppinautum eða neytendum vegna forms þeirra eða sökum þess að skírskotað er til óviðkomandi mála.“*

Ákvæði 4. mgr. 6. gr. er svohljóðandi:

*„Fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum eða með öðrum hætti þarf fyrirtæki að geta fært sönnur á.“*

Ákvæði 1. mgr. 8. gr. er svohljóðandi:

*„Viðskiptahættir eru óréttmætir ef þeir brjóta í bága við góða viðskiptahætti gagnvart neytendum og raska verulega eða eru líklegir til að raska verulega fjárhagslegri hegðun neytenda. Viðskiptahættir sem brjóta í bága við ákvæði kafla þessa eru alltaf óréttmætir.“*

Ákvæðinu er ætlað að taka til viðskiptahátta sem hafa áhrif á ákvörðun neytenda um að eiga viðskipti. Við mat á því hvort um óréttmæta viðskiptahætti sé að ræða samkvæmt ákvæðinu er litið til þess hvort háttsemin geri það að verkum að hinn almenni neytandi taki ákvörðun um að eiga viðskipti sem hann hefði ella ekki tekið og raski þar með fjárhagslegum hagsmunum hans eða hafi áhrif á fjárhagslega hegðun.

Í 9. gr. laganna er kveðið á um að viðskiptahættir séu villandi ef þeir eru líklegir til að blekkja neytendur eða séu með þeim hætti að neytendum eru veittar rangar upplýsingar í þeim tilgangi



að hafa áhrif á ákvörðun þeirra um viðskipti. Í a.-g.lið 1. mgr. ákvæðisins eru taldar upp þær upplýsingar sem undir ákvæðið falla. Í bréfi Neytendastofu var vísað til d. liðar 1. mgr. 9. gr.:

*„d. verð vöru eða þjónustu eða aðferð við útreikning á verði og hvort um sértílbod eða annað verðhagræði sé að ræða og hvort það sé háð skilyrðum,“*

Ákvæði 11. gr. laganna er svohljóðandi:

*„Útsölu eða aðra sölu, þar sem selt er á lækkuðu verði, má því aðeins auglýsa eða tilkynna að um raunverulega verðlækkun sé að ræða. Þess skal gætt að greinilegt sé með verðmerkingum hvert hið upprunalega verð vörunnar var.“*

Tilgangur ákvæðisins er sá að koma í veg fyrir að neytendur séu blektir í auglýsingum eða upplýsingum um útsölu. Verðlækkun verður að felast í því að seljandi bjóði vöru á lægra verði en samskonar vörur eru venjulega seldar á. Seljendum er því samkvæmt ákvæðinu ekki heimilt að auglýsa verðlækkun nema hún sé raunveruleg.

Með heimild í lögnum hefur Neytendastofa sett reglur nr. 366/2008 þar sem inntak 11. gr. laga nr. 57/2005 er nánar útfært.

Í 2. gr. reglnanna segir:

*„Í auglýsingum sem og á sölustað, þ.m.t. netverslun, skal tekið skýrt fram hvaða vörur eða þjónusta er seld á lækkuðu verði. Þegar vara eða þjónusta hefur verið seld á lækkuðu verði í sex vikur skal lækkað verð vera venjulegt verð.“*

Í 3. gr. reglnanna segir:

*„Þegar auglýst er lækkað verð á vöru eða þjónustu skal fyrra verð vera það verð sem varan var seld á áður en til lækkunar kom. Þegar vara eða þjónusta hefur verið seld á lækkuðu verði í sex vikur skal lækkað verð vera venjulegt verð.“*

### 3.

Í kynningu á bílum á vefsíðu Heklu var notast við hugtakið „innifalinn ávinningur“ ásamt fjárhæð ávinnings án nánari skýringa. Samkvæmt svörum Heklu vísar hugtakið til þess að viðskiptavinir Heklu hafi ávinning af samkomulagi milli félagsins og framleiðanda bílanna. Eftir athugasemdir Neytendastofu bætti Hekla stjórnmerkingu við hugtakið í verðlista og útskýringu að um sé að ræða afslátt af verði bílsins. Uppsetning verðlistans er því með þeim hætti að gefið er upp endanlegt verð bíls og við hlið þess er að upphæð hins innifalda ávinnings neytenda sem er þá stjórnmerktur. Stjórnmerkingu var ekki bætt við á öðrum stöðum á vefsíðunni þar sem ávinningurinn var kynntur fyrir einstaka bíl. Samkvæmt íslenskri orðabók er ávinningur hagnaður eða fengur og því er það mat Neytendastofu að innifalinn ávinningur



að tiltekinni fjárhæð geti lýst því að viðbót fáið sem nemi verðmæti fjárhæðarinnar. Í tilvikum bíla gæti þar til dæmis verið um aukahluti að ræða.

Við meðferð málsins lýsti Hekla því upphaflega að um verðlækkun væri að ræða og voru skýringar þess efnis birtar á vefsíðu félagsins. Þegar kynnt er verðhagræði ber fyrirtækjum að fylgja m.a. d. lið 1. mgr. 9. gr. og 11. gr. laga nr. 57/2005 sem og reglum nr. 366/2008. Þannig skal tilgreint fyrra verð vöru auk þess sem fyrirtæki þarf að geta sannað að vara hafi verið seld á tilgreindu fyrra verði. Síðar í málsmeðferðinni bárust skýringar um að verðlækkun væri ekki rétt lýsing á ávinningnum. Á vefsíðu Heklu er innifaldi ávinningurinn ekki settur fram til lækkunar eða sem afsláttur af uppgefnu verði bílsins, heldur þyrfti að leggja hinn innifalda ávinning við verð bílsins til þess að sjá hvað bíllinn myndi kosta ef samningur Audi AG og Heklu hefði ekki verið til staðar. Þá hefur Hekla ekki lagt fram gögn til staðfestingar á að bílarnir hafi verið seldir á fyrra verðinu en vísaði þess í stað til þess að samkomulag hefði verið gert við Audi AG um að lækka verð. Að teknu tilliti til framsetningar á vefsíðu Heklu og skýringum félagsins telur Neytendastofa ákvæði 11. gr. laga nr. 57/2005 ekki koma til frekari skoðunar í málinu.

Neytendastofa telur að fyrirtæki geti kynnt fyrir neytendum að ákveðið hagræði sé til staðar eða að verð hafi lækkað, án þess að um sé að ræða verðhagræði í skilningi 11. gr. laga nr. 57/2005. Gæta verður þó að því að framsetningin sé ekki með villandi hætti eða til þess fallin að neytendur telji að þeir njóti kjara eða þjónustu sem þeir fá ekki. Með vísan til framangreinds er það heildarmat Neytendastofu að framsetning ávinningsins við kynningu á bílum Heklu með þeim hætti sem gert er í máli þessu, feli í sér villandi viðskiptahætti sem eru líklegir til að valda því að hinn almenni neytandi sem auglýsingarnar beinast að, taki viðskiptaákvörðun sem hann myndi annars ekki hafa tekið. Þá eru viðskiptahættirnir enn fremur líklegir til að raska verulega fjárhagslegri hegðun neytenda. Hekla hefur því brotið gegn ákvæðum 2. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr. og d. lið 1. mgr. 9. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005.

Neytendastofa telur rétt með vísan til 2. mgr. 21. gr. c. laga nr. 57/2005 að banna Heklu að viðhafa ofangreinda viðskiptahætti.

### III.

#### Ákvörðunarorð:

**„Hekla hf., Laugavegi 174, 105 Reykjavík hefur með því að veita villandi upplýsingar um verð á heimasíðu félagsins brotið gegn ákvæðum 2. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr. og d. liðar 1. mgr. 9. gr. sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.**

**Með vísan til 2. mgr. 21. gr. c. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, bannar Neytendastofa Heklu hf. að viðhafa ofangreinda viðskiptahætti.**



**Bannið tekur gildi frá dagsetningu ákvörðunar þessarar. Verði ekki farið að banninu má búast við að tekin verði ákvörðun um sektir á grundvelli IX. kafla laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.“**

Neytendastofa, 21. október 2021

Þórunn Anna Árnadóttir  
forstjóri

Matthildur Sveinsdóttir