

## FÖRMEDLINGSRÖRELSERS MARKNADSFÖRING

Nedan behandlas de villkor lagstiftningen ställer på marknadsföring som bedrivs av förmedlingsrörelser. Marknadsföring i strid med innehållet i detta brev strider mot god förmedlingssed. Regionförvaltningsverket kan vid behov vidta tillsynsåtgärder för påförande av en administrativ påföljd (i allmänhet en varning) på grund av marknadsföring som strider mot god förmedlingssed.

### Prisinformation vid marknadsföring av förmedlingsobjekt

När en förmedlingsrörelse marknadsför förmedlingsobjekt, skall den nämna minimiuppgifterna om objektet som det definierats i statsrådets förordning (15.2.2001/130) om uppgifter som skall lämnas vid marknadsföring av bostäder. När en bostad är till salu skall av förmedlingsrörelsens annons för bostaden framgå försäljningspris samt skuldritt pris, om det avviker från försäljningspriset. När en bostad hyrs ut skall av annonsen framgå hyra samt eventuell förskottshyra och säkerhet.

(Se Statsrådets förordning om uppgifter som skall lämnas vid marknadsföring av bostäder, 15.2.2001/130 och konsumentskyddslagen, 20.1.1978/38, 2 kap.)

### Information om våningsyta i marknadsföringen av förmedlingsobjekt

I fråga om byggnad och lägenhet som säljs för bostadsbruk skall av annonsen framgå bostadsutrymmenas yta. Det är inte tillräckligt att ange den totala våningsytan. I en broschyr om en bostad som är till salu skall nämnas våningsytan specificerad enligt bostadsutrymmen och övriga utrymmen.

Begreppen bostadsutrymmen och övriga utrymmen har inte fastställts i lagstiftningen. Ifrågavarande begrepp gällande våningsyta har emellertid fastställts vägledande i SFS 5139-standard, som publiceras till exempel i form av RT-kort 12-11055. Enligt standarden i fråga är bostadsutrymmen utrymmen som behövs för boendefunktioner enligt G1 i byggnadsbestämmelsesamlingen. Om det är oklart huruvida någon del av våningsytan skall antecknas som bostadsutrymme eller övriga utrymmen, är det alltid ett säkrare alternativ att hellre anteckna våningsytan i fråga som övriga utrymmen än som bostadsutrymmen.

Om noggranna uppgifter om byggnadens eller lägenhetens våningsyta inte alls finns till hands, skall förmedlingsrörelsen rekommendera säljaren att beställa en kontrollmätning. Förmedlingsrörelsen kan även låta utföra en mätning för egen räkning, för att få tillförlitliga uppgifter om våningsytorna.

Om våningsytorna inte har kontrollmätts, skall förmedlingsrörelsen i sin marknadsföring uppge även det, på vilket uppgifterna om våningsyta grundas, eftersom de kan avvika till och med i väsentlig grad från de verkliga våningsytorna.

(Se Statsrådets förordning om uppgifter som skall lämnas vid marknadsföring av bostäder, 15.2.2001/130)

## Prisinformation vid marknadsföring av pris på förmedlingstjänster

Priset på förmedlingstjänsten skall anges på ett så klart och entydigt sätt att konsumenten lätt kan se och förstå det. På förmedlingsrörelsens webbplats skall finnas information om priset på förmedlingstjänsten. Priset på tjänsten skall anges som totalpris som även skall innehålla mervärdesskattens andel. Priset får inte anges i delar så att kunden själv måste räkna ihop det slutliga försäljningspriset. I marknadsföringen av förmedlingstjänster skall det även anges hur arvodet räknas ut, d.v.s. om till exempel det i procent fastställda förmedlingsarvodet räknas på köpesumman eller på den skuldfria köpesumman.

Följande exempel på prisinformation som innehåller mervärdesskatt uppfyller skyldigheten att ange pris:

- förmedlingsarvode X % av skuldfri köpesumma
- förmedlingsarvode X % av köpesumma, inkl. moms 24 %
- förmedlingsarvode X % av skuldfri köpesumma, inkl. moms 24 %
- förmedlingsarvode X % av skuldfri köpesumma, minimiarvode X euro
- hyresförmedlingsarvode X % på summa som motsvarar en månads hyra
- förmedlingsarvode X månaders hyra

Följande exempel på uttryck uppfyller *inte* skyldigheten att ange pris:

- arvode från X euro
- arvode X %
- arvode X % av skuldfri köpesumma + moms 24 %
- fråga efter vårt erbjudande
- förmedlingsarvode enligt överenskommelse
- hyresförmedlingsarvode X mån. + moms 24 %

(Se konsumentskyddslagen, 20.1.1978/38, 2 kap.; förordning om prisinformation vid marknadsföring av konsumtionsnyttigheter 11.7.2013/553)

## Annonsering om att köpare finns

Det strider mot god förmedlingssed att i förmedlingsrörelsens marknadsföring skapa en uppfattning om att rörelsen har en köpare för objekt av en viss typ om förmedlingsrörelsen i själva verket strävar efter att med sin marknadsföring få nya försäljningsuppdrag. Enligt regionförvaltningsverkets vedertagna tillsynspraxis är till exempel uttrycken "köpare finns" och "min kund söker" marknadsföringsuttryck som strider mot god förmedlingssed om det som orsak till marknadsföringen inte finns verkliga, skriftliga köpuppdrag för den typ av objekt som beskrivs i annonsen.

(Se Regeringens proposition till riksdagen med förslag till lag om fastighetsförmedlingsrörelser och rörelser för förmedling av hyreslägenheter och hyreslokaler 61/2000)

## Om att ge referenser, såld-markeringar och andra motsvarande markeringar

En förmedlingsrörelse kan när den marknadsför sin egen verksamhet berätta om hur omfattande verksamheten är och om de objekt som den sålt. Förmedlingsrörelsen kan göra upp en förteckning över sålda objekt eller enbart sätta sålda objekt i sin annons. Av annonsen skall då tydligt framgå att objekten är sålda. Objekt som är till salu och som är sålda skall alltid hållas åtskilda från varandra i marknadsföringen. Ett förmedlat, individualiserat objekt kan man bara använda i marknadsföringen av rörelsens tjänster om rörelsen har skaffat uttryckligt samtycke till detta av såväl köparen som säljaren av objektet. Av rörelsens marknadsföring skall framgå när objekten såldes (exempelvis vilka som sålts under de senaste två månaderna).

Det strider i regel mot god förmedlingssed att placera redan sålda objekt bland sådana som är till salu med markeringen "såld" eller "köpeanbud godkänt" eller någon annan motsvarande markering. Enligt vedertagen tillsynspraxis på regionförvaltningsverket är markeringen "såld" eller "köpeanbud godkänt" bland objekt som är till salu i en annons enbart godtagbart i *undantagsfall* om grunderna för marknadsföringen av objektet upphör att gälla efter att marknadsföringsmeddelandet skickats (exempelvis att annonsen lämnades till en dagstidningsredaktion) och det är omöjligt att avlägsna den redan skickade annonsen eller det orsakar oskäligt stora kostnader. Enligt regionförvaltningsverkets vedertagna tillsynspraxis strider det alltid mot god förmedlingssed att placera annonser om redan sålda objekt med objekt som är till salu på förmedlingsrörelsens webbplats.

(Se Regeringens proposition till riksdagen med förslag till lag om fastighetsförmedlingsrörelser och rörelser för förmedling av hyreslägenheter och hyreslokaler 61/2000; lagen om bostadsköp 23.9.1994/843, 3 kap. 1 §)

## Information om förmedlingsrörelsens firma och kontaktuppgifter

Både när en förmedlingsrörelse marknadsför förmedlingsobjekt och förmedlingstjänster skall denna ange rörelsens firma som registrerats i handelsregistret eller bifirma som anmälts till handelsregistret. Förmedlingsrörelsen kan i annonsen därtill också ange företagets sekundära kod eller varumärke (det s.k. marknadsföringsnamnet).

Förmedlingsrörelsen skall utöver namnet också meddela sin adress. Att enbart uppge förmedlingsrörelsens webbplats uppfyller inte skyldigheten att göra adressanmälan utan förmedlingsrörelsen skall anmäla också sin geografiska adress. Aktiebolag skall också anmäla FO-nummer på sin webbplats.

(Se statsrådets förordning om uppgifter som skall lämnas vid marknadsföring av bostäder 15.2.2001/130; konsumentskyddslagen, 20.1.1978/38, 2 kap.; firmalagen 2.2.1979/128; företags- och organisationsdatalagen 16.3.2001/244)

## Energicertifikat i marknadsföringen

Vid offentligt framlagda annonser om försäljning eller uthyrning skall nämnas den beteckning som beskriver energiprestandan för det objekt som skall säljas eller hyras ut (A-G). Av en beteckning som anger energieffektivitet skall i en försäljnings- och hyresannons framgå om det är fråga om en beteckning enligt ett energicertifikat som upprättats med stöd av den gamla, redan upphävda lagen om energicertifikat. I sådana fall skall beteckningen som används i annonsen bestå av bokstaven i energicertifikatet samt index 2007 (t.ex. C2007).

Om en byggnad, fastighet eller en bostad i ett småhus skall säljas eller hyras ut och värdet är mycket lågt (försäljningspris under 50 000 euro) eller hyran är mycket låg (under 350 euro per månad) eller objektet inte visas offentligt, kan energicertifikatet ges enligt ett förenklat förfarande, varmed byggnaden inte förses med en energiklass. I försäljnings- eller hyresannonser används i sådana fall beteckningen H för energiprestandan. Denna beteckning får inte användas i andra situationer, t.ex. i fall då energicertifikat saknas.

Energicertifikat krävs dock inte för till exempel fritidsbostäder, skyddade byggnader eller byggnader under 50 m<sup>2</sup>.

Information om energicertifikat skall ges i all marknadsföring av bostäder. Om byggnadens innehavare inte vill skaffa ett lagstadgat energicertifikat, anser regionförvaltningsverket att förmedlingsrörelsen skall informera både säljaren och köparen om vad det innebär att objektet saknar energicertifikat. **Förmedlingsrörelse skall med hjälp av dokument kunna påvisa att den uppfyllt sin informationsplikt.** Vid all annonsering (bl.a. i bostadsannonser, webb- och tidningsannonser, etc.) skall det anges att objektet inte har ett energicertifikat, trots att objektet enligt lagen om energicertifikat borde ha ett energicertifikat. Informationen om energicertifikatet skall vara lätt att se och förstå.

(Se lagen om energicertifikat för byggnader 18.1.2013/50)

## Marknadsföring i de sociala medierna

All marknadsföring som bedrivs av en förmedlingsrörelse och dess representanter i de sociala medierna (t.ex. Facebook och Twitter) omfattas av samma regler som annan marknadsföring av förmedlingsrörelsens tjänster och objekt. De begränsningar som annonseringsunderlaget eventuellt ställer är inte en godtagbar anledning till att låta bli att uppges en del av de uppgifter som ovan nämnda författningar förpliktar till. Enligt regionförvaltningsverkens observationer har det i den marknadsföring som förmedlingsrörelserna bedriver i sociala medier upprepade gånger förekommit brister i bland annat informationen om förmedlingsobjekt och i informationen om den ansvariga förmedlingsaffärens firma i samband med marknadsföring.

## MER INFORMATION

Varje regionförvaltningsverk övervakar verksamheten bland de förmedlingsrörelser som registrerats på det egna verksamhetsområdet och även den marknadsföring som dessa rörelser bedriver. Nedan följer kontaktuppgifterna till regionförvaltningsverken.

**Regionförvaltningsverket i Södra Finland**

Telefonväxel: 0295 016 000

**Regionförvaltningsverket i Östra Finland**

Telefonväxel: 0295 016 800

**Regionförvaltningsverket i Lappland**

Telefonväxel: 0295 017 300

**Regionförvaltningsverket i Sydvästra Finland**

Telefonväxel: 0295 018 000

**Regionförvaltningsverket i Västra och Inre Finland**

Telefonväxel: 0295 018 450

**Regionförvaltningsverket i Norra Finland**

Telefonväxel: 0295 017 500