

Granskning av förvaltade elavtal

1. Inledning

Ett förvaltad elavtal är en relativt ny avtalsform som kombinerar ett rörligt elpris med strategiska prissäkringar. Avtalsformen kan ha olika namn beroende på elhandelsföretag, exempelvis portföljavtal, hybridavtal eller förvaltad avtal. Upplägget för avtalsformen skiljer sig också åt men den gemensamma nämnaren är att företagen ska ta en aktiv roll i att optimera priset genom kontinuerlig marknadsanalys och prissäkringsåtgärder. Grundtanken är att elhandelsföretaget aktivt förvaltar en portfölj av inköp och prissäkringar för att ge konsumenten ett så stabilt och konkurrenskraftigt elpris som möjligt över tid.

Eftersom många konsumenter har begränsad kunskap om elmarknaden och upplever den som komplex är det särskilt viktigt att marknadsföringen av förvaltade elavtal inte är vilseledande och att avtalsvillkoren är skäliga.

2. Om granskningen

I denna promemoria har elhandelsföretagens marknadsföring och avtalsvillkor avseende pris för förvaltade elavtal granskats. Granskningen har utförts genom kontroll av den marknadsföring som förekommer på elhandelsföretagens webbplatser samt företagets avtalsvillkor.

De elhandelsföretag som ingått i granskningen är följande:

1. Affärsverken Energi i Karlskrona AB
2. Boo Energi AB
3. Enkla Elbolaget i Sverige AB
4. Halmstads Energi och Miljö AB
5. Jämtkraft AB
6. Linde Energi Försäljning AB
7. Mälarenergi AB
8. Uddevalla Energi AB
9. Upplands Energi AB
10. Varberg Energimarknad AB
11. Nordic Best Energi AB

Syftet med granskningen är att säkerställa att konsumenten får den information som denne behöver för att förstå avtalsformen. Marknadsföringen ska inte vara vilseledande och konsumenten ska erhålla skäliga avtalsvillkor.

3. Resultat och bedömning

3.1 Avtalsvillkor

Lagen om avtalsvillkor i konsumentförhållanden

Lagen om avtalsvillkor i konsumentförhållanden (1994:1512) är tillämplig på avtalsvillkor som inte har varit föremål för individuell förhandling (standardavtalsvillkor) och som används av näringsidkare mot konsumenter. Elhandelsföretagens villkor för elavtal är standardvillkor.

Ett avtalsvillkor är att anse som oskäligt enligt 3 § lagen om avtalsvillkor i konsumentförhållanden om det strider mot tvingande rätt, är oklart eller vilseledande utformat eller om det är obalanserat på ett sätt som gör att en rimlig balans mellan parternas rättigheter och skyldigheter enligt avtalet inte längre upprätthålls.

Det är elhandelsföretagen som ansvarar för att informationen i villkoren är klar och tydlig och att villkoren i övrigt är skäliga. Utgångspunkten är att konsumenten genom att läsa villkoren ska kunna bilda sig en uppfattning om vad avtalet innebär.

Prissäkringsstrategi

Vid kontroll av elhandelsföretagens avtalsvillkor kan det konstateras att merparten av företagen ger en övergripande beskrivning av avtalsformen. Det saknas dock en transparens kring prissättningen och den prissäkringsstrategi som företagen tillämpar. Strategin beskrivs hos flertalet företag som dynamisk men anger exempelvis inte närmare vilka produkter företagen handlar med, på vilken marknadsplats handeln sker, hur långt fram i tiden prissäkringen sker, hur stor andel av konsumentens förbrukning som prissäkras samt om säkringen sker i en gemensam kundportfölj eller inte. Vidare saknas det även information om när konsumenten får ett prissäkrat pris och när konsumenten får ett rörligt pris. Vissa företag anger i villkoren att strategin för prissäkringen kan variera.

Utöver detta saknas en tydlig beskrivning av hur priset faktiskt sätts. Villkoren innehåller sällan information om vilka faktorer som påverkar priset, hur ofta det justeras eller hur kostnader för prissäkring fördelas mellan företaget och konsumenten. Denna brist på information gör det nästintill omöjligt för konsumenten att bedöma avtalsformen. Det försvårar även möjligheten att jämföra förvaltade elavtal med andra avtalsformer eftersom konsumenten inte har tillgång till grundläggande information om hur priset beräknas.

Avsaknaden av fullständig information i avtalsvillkoren medför att konsumenten riskerar att inte förstå innebörden av villkoren och därmed avtalet. Med hänsyn till att konsumenten inte ska vilseledas om ett avtalsvillkors innebörd och prisets olika delar anser Konsumentverket att avtalsvillkoren i denna del generellt sett kan göras mer lättbegripliga och

tydliga för konsumenten. Villkor som är oklart utformade kan bedömas som oskäligen enligt lagen om avtalsvillkor i konsumentförhållanden.

3.2 Marknadsföring

Marknadsföringslagen

Av 1 § marknadsföringslagen (2008:486) framgår att lagens syfte är att främja konsumenternas intressen i samband med marknadsföring av produkter och motverka marknadsföring som är otillbörlig mot konsumenter.

Enligt 10 § 1 st. marknadsföringslagen får en näringsidkare inte använda sig av felaktiga påståenden eller andra framställningar som är vilseledande i fråga om sin egen eller någon annans näringsverksamhet. Enligt 10 § 3 st. marknadsföringslagen får en näringsidkare inte heller utelämna väsentlig information i marknadsföringen av sin egen eller någon annans näringsverksamhet. Marknadsföring som är vilseledande enligt 10 § marknadsföringslagen är enligt 8 § marknadsföringslagen otillbörlig om den påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

Trygghet, stabilitet och enkelhet

I marknadsföringen av förvaltade elavtal framställs avtalsformen hos majoriteten av de granskade elhandelsföretagen som ett stabilt och tryggt alternativ i jämförelse med rörliga elavtal. Avtalen marknadsförs som ett bekvämt alternativ för konsumenter som inte själva vill följa elbörSENS svängningar.

Företagen använder ofta påståenden som *"För dig som drömmer om lugn och stabilitet. För dig som vill leva lätt och ledigt"*, *"Vill du leva bekvämt eller superbekvämt?"* och *"Det passar dig som vill ha ett stabilt och enkelt elavtal"*. Dessa formuleringar förstärker intrycket av trygghet och enkelhet. Avtalsformen framställs som riskfri och okomplicerad trots att den i praktiken är en av de mest komplexa avtalsformerna som erbjuds konsumenter. Bristen på balanserad information innebär att konsumenten saknar möjlighet att bedöma avtalens faktiska innebörd och risk vilket kan leda till att beslut fattas baserat på påståenden som lockar i marknadsföringen snarare än på korrekt och fullständig information om avtalsformen.

Expertargument och aktiv förvaltning

Marknadsföringen lägger stor vikt vid att avtalsformen bygger på aktiv förvaltning och att företaget ansvarar för bevakning och optimering av inköp. Detta framställs som en tjänst som förenklar för konsumenten och skapar trygghet. För att förstärka budskapet används uttryck som *"inköpen sköts av experter"*, *"professionella fondförvaltare"*, *"erfarna elhandlare"* och *"specialister"*. Genom att framhäva att elinköpen hanteras av personer med särskild kompetens skapas ett intryck av professionalism och säkerhet kopplat till avtalsformen.

Elhandelsföretagen framhäver även att dessa experter bevakar marknaden dygnet runt, varje timme och varje dag, och gör genomtänkta inköp för att säkerställa ett optimalt pris. Att använda sig av överdrivna eller osanna påståenden är vilseledande. Därför är det viktigt att elhandelsföretagen säkerställer att den expertis som utlovas verkligen finns och att förvaltningen sker med den frekvens som anges. Denna typ av påståenden förstärker även bilden av att avtalsformen är både säker och fördelaktig för konsumenten. Samtidigt saknas tydlig information, både i marknadsföringen och i avtalsvillkoren, om hur inköpen faktiskt genomförs och vilka strategier som används. Detta innebär att konsumenten inte kan bedöma avtalsformens faktiska innebörd eller risknivå.

Pris och jämförelser i marknadsföringen

I marknadsföringen görs ofta påståenden om att förvaltade elavtal historiskt sett har gett ett lägre snittpris än rörliga elavtal. Vissa elhandelsföretag hävdar att avtalsformen har varit den mest lönsamma för företagets kunder, ibland även i jämförelse med samtliga rörliga elavtal på marknaden. Dessa påståenden görs utan att företagen hänvisar till historiska prisuppgifter för det förvaltade elavtalet eller till prisuppgifter för de avtalsformer som jämförelsen avser. Eftersom priset är en av de mest avgörande faktorerna vid val av elavtal skapar sådana påståenden en stark förväntan hos konsumenten om att avtalet är ekonomiskt fördelaktigt.

För att denna typ av påståenden ska vara förenliga med marknadsföringslagen krävs att de kan styrkas och att jämförelsen är korrekt och relevant. Om underlag saknas eller inte redovisas riskerar påståendet att vilseleda konsumenten. Det är därför särskilt viktigt att marknadsföringen kompletteras med tydliga och transparenta prisjämförelser.

Prissäkring och avsaknad av information om risker

Genom att framhäva stabilitet och förutsägbarhet skapas en förväntan om att avtalet skyddar mot marknads svängningar. Elhandelsföretagen betonar att prissäkringen görs för att minska risken för stora prissvängningar och dämpa pristoppar, vilket framställs som en garanti för ett jämnt och stabilt elpris över tid. I marknadsföringen påstås bland annat att *”Det passar dig som vill ha ett stabilt och enkelt elavtal, där du själv aldrig behöver fundera över om det är läge att ha fast eller rörlig pris.”* och *”Genom att prissäkra elen och planera våra inköp minskar vi risken för stora prissvängningar, vilket ger dig ett mer jämnt pris över tid – utan att du behöver oroas för marknads upp- och nedgångar.”*

Av marknadsföringen får konsumenten intrycket att avtalsformen har en låg risk trots att den i praktiken innebär att konsumenten bär hela risken om elhandelsföretaget gör en felaktig prissäkring. Exempelvis kan priset variera kraftigt på elbörsen och i ett förvaltad elavtal har konsumenten ingen kontroll eller insyn i prissäkringsstrategin. Om elhandelsföretaget gör en felaktig prognos, vilket resulterar i en felaktig prissäkring, kan kostnaden för konsumenten bli högre än ett rörligt elavtal.

För att marknadsföringen inte ska vara vilseledande behöver elhandelsföretagen, utöver fördelarna med avtalsformen, även förklara riskerna och att prissäkringen och strategin kan innebära högre kostnader än ett rörligt elavtal samt att det framtida elpriset påverkas av en rad olika faktorer. Denna typ av information är väsentlig för konsumenten och det är viktigt att marknadsföringen är tydlig och balanserad. Att ha tagit del av information om riskerna med avtalsformen är en förutsättning för att konsumenten ska kunna fatta ett välgrundat affärsbeslut.

3.3 Pris

Prisinformationslagen

Prisinformationslagen (2004:347) syftar till att främja tydlig och korrekt prisinformation till konsumenter. Enligt 7 § prisinformationslagen ska prisinformation lämnas genom uppgift om produktens pris och jämförpris. Om priset för en produkt inte kan anges, ska näringsidkaren i stället redovisa grunderna för hur priset bestäms. Det vedertagna sättet att ange pris för el är öre per kilowattimme.

Enligt 10 § prisinformationslagen ska prisinformationen vara korrekt och tydlig. Om en näringsidkare inte lämnar korrekt prisinformation tillämpas marknadsföringslagen enligt 12 § prisinformationslagen. I sådana fall betraktas prisinformationen som väsentlig information enligt 10 § 3 st. marknadsföringslagen.

Konsumentverket har utfärdat två föreskrifter om prisinformation, KOVFS 2012:01 och KOVFS 2018:1. Regleringen av jämförpris för elavtal återfinns i KOVFS 2018:1.

Prisinformation

Det finns idag många elhandelsföretag som erbjuder förvaltade elavtal till konsumenter. Till skillnad från många andra varor och tjänster har el en unik karaktär eftersom det inte finns någon skillnad i den el som erbjuds av de olika elhandelsföretagen. Elen är densamma oavsett vem som säljer den. Därför är priset den faktor som främst skiljer avtalen åt, vilket gör att korrekt och tydlig prisinformation är avgörande för konsumenten.

De förvaltade elavtalen har olika prismodeller och innebär varierande grad av förutsägbarhet och risk för konsumenten. Det är därför viktigt att konsumenten får tydlig information om hur priset bestäms. Ansvar för att prisinformationen är tydlig och korrekt ligger hos elhandelsföretagen.

Uppgift om pris ska finnas där konsumenten kan teckna avtalet så att prisinformationen är tillgänglig i samband med avtalsingåendet. De flesta företag visar elpriset för föregående månad utan att konsumenten behöver lämna några uppgifter. Vissa företag kräver att konsumenten anger exempelvis elområde eller uppskattad förbrukning för att priset ska visas, vilket får anses vara acceptabelt. Ett fåtal företag kräver dock att konsumenten lämnar

personnummer eller anläggnings-ID för att komma vidare i avtalsprocessen. Elhandelsföretag ska kunna tillhandahålla prisinformation utan att konsumenten ska behöva ange den här typen av personliga uppgifter.

För förvaltade elavtal sätts priset i efterhand baserat på resultatet av förvaltningen och det rörliga priset. Detta innebär att konsumenten inte i förväg vet exakt vilket pris per kilowattimme som kommer att debiteras varje månad. Det är därför viktigt att företaget tydligt redogör för grunderna för prisberäkningen. Prisberäkningen är ofta komplex då förvaltade elavtal bygger på en kombination av rörligt pris och prissäkringar. Elhandelsföretaget använder dessutom olika strategier för att säkra delar av priset vid olika tidpunkter. Detta innebär att konsumenten betalar ett pris som påverkas av flera faktorer:

- Marknadspriset (spotpris) som varierar.
- Prissäkringar som företaget gjort i förväg, vilket kan ge lägre eller högre kostnad beroende på marknadsutvecklingen.
- Förvaltningskostnader och avgifter som ingår i avtalet.

Eftersom dessa komponenter samverkar och justeras över tid är det svårt för konsumenten att förutse den faktiska kostnaden. Priset kan därför upplevas som mindre transparent jämfört med ett fast eller helt rörligt elavtal. Detta gör att det är extra viktigt att elhandelsföretaget tydligt förklarar hur priset beräknas och vilka faktorer som påverkar det. I dagsläget kan det dock konstateras att transparensen kring priset i många fall är låg vilket försvårar konsumentens möjlighet att förstå den faktiska kostnaden och även jämföra priset med andra elavtal.

Många elhandelsföretag visar en historik över tidigare priser, ibland flera år tillbaka i tiden. Historiska priser kan ge konsumenten en uppfattning om prisutvecklingen, men historisk prisinformation kan inte ersätta tydlig information om hur priset faktiskt beräknas.

Jämförpris

Jämförpris är ett centralt verktyg för att stärka konsumentens möjlighet att fatta välgrundade beslut. På flera av elhandelsföretagens webbplatser saknas information om jämförpris. Eftersom det råder osäkerhet kring det faktiska priset för förvaltade elavtal är jämförpris ett viktigt komplement. Då avtalen ofta har komplexa och svåröverskådliga prisstrukturer ger ett jämförpris konsumenten en konkret referenspunkt som gör det lättare att förstå den ungefärliga kostnaden.

4. Avslutande kommentar

Granskningen visar att marknadsföring av förvaltade elavtal betonar trygghet, enkelhet och att inköp hanteras av experter som säkrar ett fördelaktigt pris över tid. Dessa argument framstår som särskilt attraktiva i dagens situation med varierande och höga elpriser där många konsumenter söker lösningar som minskar osäkerheten kring kostnaderna. När priset är den avgörande faktorn för val av elavtal blir löften om ett stabilt pris och professionell förvaltning starka säljargument. Det är därför av stor vikt att marknadsföringen är balanserad och inte överdriver fördelarna med avtalsformen.

Konsumentverket kan konstatera att det finns brister i den information som elhandelsföretagen lämnar till konsumenten. Avsaknaden av information om hur avtalet fungerar, strategin för förvaltningen och hur priset sätts innebär att konsumenten i praktiken fattar beslut baserat på marknadsföringspåståenden snarare än på saklig och verifierbar information. Detta skapar en betydande informationsasymmetri mellan elhandelsföretagen och konsumenten, vilket kan leda till felaktiga förväntningar om avtalsformens trygghet och ekonomiska fördelar.

När ett förvaltad elavtal tillhandahålls gentemot konsument är det av största vikt att elhandelsföretagen kan förklara hur produkten är uppbyggd och fungerar. Det måste därför ställas krav på att informationen om förvaltade elavtal förbättras. Detta gäller information om hur avtalet är konstruerat, specifikation av de olika delarna av priset och hur dessa beräknas samt de risker som avtalsformen innebär.

5. Uppföljning

Konsumentverket har, som framgått ovan, uppmärksammat brister. De elhandelsföretag som ingått i granskningen kommer att få del av denna promemoria. Konsumentverket förutsätter att företagen tar vad som anförts angående brister i marknadsföring, prisinformation och oskäligheten i avtalsvillkor i beaktande. 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.