

UTTALANDE

den 29 april 2019 i ärende 13/2018 angående
ifrågasatt vilseledande fonddamn – ”Nordnet Superfonden
Sverige”

Anmälare:

Konsumentverket

Svarande:

E. Öhman J:or Fonder AB

ENF:s avgörande

ENF finner, med hänvisning till punkten 2.6 i Fondbolagens förenings Riktlinjer för fondbolagens marknadsföring och information (riktlinjerna), att E. Öhman J:or Fonder AB har handlat i strid med god sed vid marknadsföringen av fonder genom att i marknadsföring av fonden ”Nordnet Superfonden Sverige” använda den vilseledande beteckningen ”Superfonden” i fondens namn.

Konsumentverkets anmälan

Konsumentverket anser att namnet ”Nordnet Superfonden Sverige” kan vilseleda konsumenten om fondens egenskaper och att det kan medföra att konsumenten påverkas i sitt affärsbeslut.

Av fondens faktablad framgår i korthet att fonden är en aktieindexfond med inriktning på den svenska marknaden och att fondens målsättning är att efterbilda sammansättningen hos aktieindex NASDAQ OMXSBGI och därmed återspegla den avkastning som indexet genererar. Fonden placerar huvudsakligen i aktier och andra överlåtbara aktierelaterade värdepapper. Fonden sorterar i klass 5 av 7 i risk/avkastningsprofilen.

Vid en vederhäftighetsbedömning tas utgångspunkt i den uppfattning marknadsföringen ger hos genomsnittskonsumenten i målgruppen. Den som använder ett visst påstående i sin marknadsföring ska kunna styrka dess riktighet. Om ett visst påstående kan ge upphov till flera olika tolkningar har näringsidkaren bevisbördan för alla nära till hands liggande tolkningar och intryck som marknadsföringen kan ge vid en flyktig läsning (se ex. MD 2004:12).

Adress:

*c/o Fondbolagens förening,
David Bagares gata 3 111 38 Stockholm*

Telefon:

08-50698800

E-post:

info@fondbolagen.se

I överenskommelsen mellan Konsumentverket och Fondbolagens förening, under rubrik 6 *Värdeomdömen*, redogörs för vad som gäller vid användande av olika värdeomdömen vid marknadsföring av fonder. Vad gäller reservationslösa värdeord såsom ”bäst”, ”störst” och ”ledande” får sådana inte användas om de inte kan styrkas.

Enligt Konsumentverkets uppfattning är det troligt att adjektivet ”super” av en genomsnittskonsument uppfattas åsyfta något som är bättre än normalt eller har en mycket hög kvalitet. Termen utgör enligt verkets uppfattning ett sådant reservationslöst påstående som inte får användas om det inte kan styrkas. Hur termen ”super” ska förstås när det används i den aktuella fondens namn är enligt verkets bedömning oklart. Såvitt verket kan bedöma går det inte att av fonden mål och placeringsinriktning utläsa att fonden på något sätt har en särställning i förhållande till fondutbudet på marknaden i övrigt.

En genomsnittskonsument kan, när det gäller marknadsföring av fonder, inte förutsättas ha några djupare kunskaper i ämnet (MD 2010:31). Ordet ”super” får enligt verkets bedömning kunna antas uppfattas på delvis olika sätt av konsumenter, men gemensamt för dessa tolkningar bör vara att det ger intrycket av att fonden har just en särställning på marknaden. Det rör sig enligt verket inte om en sådan tillåten reklamöverdrift, s.k. ”puffery”, som inte ska uppfattas bokstavligen. Tvärtom är användandet avsett att påverka konsumentens uppfattning om fonden.

Att konsumenter saknar djupare kunskaper medför att de är särskilt påverkbara för påståenden som används i marknadsföringen, så som exempelvis användandet av värdeord. Detta gör sig i särskilt hög utsträckning gällande då termen saknar direkt koppling till fondens mål och placeringsinriktning. Konsumentverket anser i och för sig att namnet är vilseledande i sig självt, men vill ändå understryka att det, såvitt verket kunnat finna, inte finns någon information som förklarar innebörden eller i övrigt korregerar eller neutraliserar det intryck som namnet kan förmedla till konsumenter.

Mot bakgrund av ovanstående anser Konsumentverket att aktuell marknadsföring är vilseledande och oförenlig med god branschsed.

Svaromål från E. Öhman J:or Fonder AB

Öhman har förvaltat Nordnet Superfonden Sverige (fonden) sedan 2009. Fonden har tagits fram i syfte att erbjudas exklusivt till kunder hos Nordnet och speglar utvecklingen i de drygt 70 mest omsatta bolagen på Stockholmsbörsen. Avkastningen följer med i både upp- och nedgång.

Fonden bytte under 2014 namn till Nordnet Superfonden Sverige, ett namn som ligger i linje med Nordnets övriga produktflora. Värdeordet ”super” i fondens namn syftar till att fondens avgift är 0 procent. Namnet syftar således inte till att fonden ska framstå som en fond med bättre kvalitet eller utveckling än andra fonder med motsvarande placeringsinriktning. Däremot har fonden en unik särställning då det är den enda fonden med diversifierad exponering mot Stockholmsbörsen som inte har någon avgift (jfr Avanza Zero som har en koncentrerad exponering mot de 30 största bolagen på Stockholmsbörsen), vilket är anledningen till att fonden har fått sitt namn.

Det stämmer förvisso att branschstandard är att fonder med namn som innehåller region eller bransch ska ha en placeringsinriktning som är förenlig med namnet. Detta är också något som Finansinspektionen följer upp vid godkännande av nya eller

förändrade fondbestämmelser. Det finns dock idag inget lagkrav på att fondens namn ska påvisa fondens placeringsinriktning. Tvärtom finns idag ett stort antal fonder med namn som inte återspeglas i fondens placeringar.

Fondbolaget arbetar kontinuerligt med att upprätthålla god sed på marknaden och är således mån om att inte på något sätt förknippas med situationer, informationsmaterial, marknadsföring eller annat dylikt som kan antas vilseleda en kund. Fondbolaget har därför hörsammat de synpunkter som förekommer i Konsumentverkets anmälan och funnit anledning att se över fondens informationsmaterial, vilket har resulterat i ett förtydligande om att fondens namn, "Superfonden", åsyftar att fonden inte har någon avgift.

För det fall ENF, trots ovan anförda förtydligande, finner att fondens namn är i strid med branschstandard kommer Öhman att ansöka om förändrade fondbestämmelser för fonden och byta fondens namn.

Konsumentverkets yttrande över E. Öhman J:or Fonder AB:s svaromål

Öhman anger att värdeordet "super" i fonddnamnet "Nordnet Superfonden Sverige" syftar till att fondens avgift är 0 procent. Bolaget anför även att informationsmaterialet förtydligats med en förklaring av begreppet. Konsumentverket vidhåller vad som tidigare anförts och anser att fonddnamnet som sådant är vilseledande. Verket anser således inte att fonddnamnet neutraliseras av att korrigerande information lämnas i informationsmaterialet.

Konsumentverket vill utöver vad som anförts i anmälan framhålla att begreppet affärsbeslut ska ges en vidsträckt innebörd och att det täcker flera beslut som en konsument kan fatta under processen fram till köpbeslutet (MD 2010:8). Enligt domstolen är det ett affärsbeslut om konsumenten bestämmer sig för att vidta en ytterligare åtgärd med anledning av ett reklammeddelande, t.ex. besöka en butik eller en webbplats för att inhämta mer information. Då ett fonddnamn utgör en del i marknadsföringen av fonden anser Konsumentverket att ett affärsbeslut kan ha fattats av en konsument efter att endast ha tagit del av fonddnamnet. Som nämnden tidigare uttalat kan ett i sig vilseledande produktnamn inte neutraliseras av korrigerande information i exempelvis faktablad. Konsumentverket anser därmed att en konsument riskerar att fatta ett affärsbeslut under felaktiga föreställningar om fonddnamnet är vilseledande, även om korrigerande information lämnas i informationsmaterial som konsumenten kan ta del av i ett senare skede.

Vidare vill Konsumentverket anför att det är angeläget att nämnden prövar det aktuella fonddnamnet i sin nuvarande lydelse oavsett om fondbolaget har för avsikt att ändra fonddnamnet. Detta för att åstadkomma en enighet och samsyn inom branschen om vilka fonddnamn som kan användas och under vilka förutsättningar.

ENF:s bedömning

Finansinspektionens bedömning av fonddnamn

För varje värdepappersfond och specialfond ska finnas fondbestämmelser som bl.a. anger namnet på fonden (se 4 kap. 8 § första och andra stycket lagen (2004:46) om värdepappersfonder respektive 12 kap. 3 § lagen (2013:561) om förvaltare av alternativa investeringsfonder). Fondbestämmelser och ändringar i dessa ska godkännas av Finansinspektionen. Bestämmelser ska vara skäliga för fondandelsägarna

(se 4 kap. 9 § första och andra stycket lagen om värdepappersfonder). När Finansinspektionen godkänner fondbestämmelser ska inspektionen sålunda pröva om fondens namn är skäligt. Därvid görs dock inte någon närmare bedömning av fonddnamnets vederhäftighet från marknadsrättslig synpunkt.

Vid sin bedömning av fonddnamn beaktar Finansinspektionen att namnet kan vara vilseledande om det inte överensstämmer med fondens karaktär och placeringsinriktning. Således måste exempelvis en fond med geografisk hänvisning i namnet (Europa, Nordamerika, Ryssland etc.) ha en placeringsinriktning som motsvarar namnet. Detsamma gäller fonddnamn som för tanken till en särskild bransch. Samtidigt har Finansinspektionen betonat att fonddnamnet i många fall inte säger något om fondens placeringar eller egenskaper och att fonddnamnet inte är det enda urvalskriterium som spararna förlitar sig på.

Allmänt rörande den marknadsrättsliga bedömningen

Öhman har förklarat att man efter Konsumentverkets anmälan sökt förbättra informationen om fonden för att undvika missförstånd som fonddnamnet skulle kunna ge upphov till samt att man för det fall att ENF anser fonddnamnet vilseledande kommer att ändra detta. Detta utgör dock inget skäl för att inte pröva anmälan i sak. Prövningen avser den påtalade marknadsföringen såsom den förekommit utan hänsyn till löften om eventuella ändringar av denna.

ENF har i ett vägledande uttalande den 12 november 2012 angående användningen av fonddnamn vid marknadsföring av fonder (ärende 7/2012) uttalat att namnet är en viktig del av en fonds marknadsföring. Genom detta kan fondens inriktning i ett eller flera avseenden kommuniceras till spararna på ett sätt som har betydelse för deras beslut att investera. Fondens namn kan utan hinder av att det är godkänt av Finansinspektionen enligt fonddlagstiftningen komma att anses strida mot marknadsföringsrättsliga regler, exempelvis branschens nämnda riktlinjer som utgör den centrala regelkällan för ENF:s bedömningar.

I nämnda uttalande framhöll ENF att utgångspunkten för den marknadsrättsliga bedömningen är det grundläggande krav på vederhäftighet som gäller för all marknadsföring och som kommer till uttryck i riktlinjerna. Nämnden uttalade att fondbolagen noga måste säkerställa att produktnamnen och andra delar av marknadsföringen ger en rättvisande bild av produkterna och att fondbolagen därför inte kan stanna vid den rent legala tillståndsprövningen enligt fonddlagstiftningen. Fondbolag måste även noga överväga om namnet leder tanken rätt, dvs. ger konsumenten rätt förväntansbild.

Nämnden framhöll vidare att enbart produktnamnet inte kan förmedla all den information som konsumenterna behöver inför sina köpbeslut. Allt marknadsföringsmaterial måste därför vara utformat med konsumenternas totala informationsbehov för ögonen. Samtidigt underströks att ett i sig vilseledande produktnamn aldrig kan neutraliseras av korrigerande information i exempelvis faktablad. Fondbolagen måste alltså säkerställa att fonddnamnen klarar kravet på vederhäftighet. Därvid måste beaktas att en fond kan sägas marknadsföras redan och enbart genom exponering av fondens namn. Vidare måste beaktas att det, såsom Konsumentverket påpekat, föreligger ett affärsbeslut i marknadsrättslig mening om konsumenten redan på grund av fonddnamnet bestämmer sig för att inhämta ytterligare information genom att ta del av exempelvis faktablad. Ett sådant affärsbeslut får inte riskera att fattas på grund av att konsumenten av fonddnamnet har getts en felaktig förväntansbild rörande fondens karaktär och egenskaper. Vad som i det tidigare nämnda vägledande uttalandet från

ENF sägs om möjligheten av att i annan information neutralisera eller komplettera den förväntansbild som fonnamnet i sig kan ge, gäller därför fonnamn där den genomsnittlige konsumenten av namnet visserligen ges en ofullständig bild av fondens karaktär och inriktning men samtidigt kan antas inse detta förhållande, samt att bilden kompletteras och preciseras i annat material, t.ex. i ett faktablad. Detta torde gälla fonnamn som innehåller eller antyder exempelvis viss bransch eller geografisk inriktning och där konsumenten kan antas inse att kompletterande information behöver inhämtas i annat informationsmaterial. Även beteckningen ”småbolagsfond” kan utgöra ett sådant fall och gavs också som exempel i det vägledande uttalandet. Fonnamn som i sig kan ge en felaktig bild av placeringsinriktningen är dock som sades i det vägledande uttalandet inte acceptabla.

Beteckningen super

Beteckningen ”super” i fondens namn utgör ett värdeomdöme. Användningen av sådana regleras i punkten 2.6 i riktlinjerna. Enligt andra stycket i denna bestämmelse får reservationslösa värdeord såsom ”bäst”, ”störst” och ”ledande” inte användas om omdömena inte kan styrkas.

Öhman har i svaromålet angett att värdeordet ”super” i fondens namn syftar till att fondens avgift är 0 procent och att syftet således inte är att fonden ska framstå som en fond med bättre kvalitet eller utveckling än andra fonder med motsvarande placeringsinriktning. I svaromålet har vidare angetts att fonden har en unik särställning då det är den enda fonden med diversifierad exponering mot Stockholmsbörsen som inte har någon avgift och att även det är anledningen till fondens namn.

Bedömningen av om en viss framställning i marknadsföring är vederhäftig eller ej utgår inte från vilket syfte marknadsföraren har med framställningen. Avgörande är i stället vilken uppfattning som den kan antas skapa hos en genomsnittskonsument i den målgrupp som marknadsföringen vänder sig till. ENF delar Konsumentverkets uppfattning att beteckningen ”super” är oklar och att den av konsumenter i allmänhet kan uppfattas på olika sätt. Att den skulle uppfattas såsom Öhman avsett, dvs. såsom avseende förhållandet att inga avgifter tas ut, bedömer ENF dock som osannolikt.

Eftersom marknadsföringen avser en investering, vilka alltid torde göras i förhoppningen om att få en god avkastning, ligger det enligt ENF:s bedömning närmast till hands för konsumenter att uppfatta ordet ”super” i fondens namn som ett påstående om att det handlar om en fond med mycket goda utsikter för en god utveckling av investeringen. Vad som anförts av Öhman utgör inte något stöd för detta, vilket företaget inte heller gjort gällande. Även om det i faktablad och annat informationsmaterial anges att beteckningen ”superfonden” syftar på förhållandet att inga avgifter tas ut kan detta inte neutralisera den felaktiga bild av fondens egenskaper som beteckningen riskerar att ge. Beteckningen är i sig vilseledande.

Fondens namn är i sig ovederhäftigt och strider mot punkten 2.6 i riktlinjerna.

Övergångsperiod

Att ändra ett fonnamn är mot bakgrund av fondlagstiftningen inte bara tidsödande utan också kostnadskrävande. Det är därför rimligt att ge anstånd med den ändring som på grund av detta beslut måste komma till stånd. Fondbolaget bör ges möjlighet att passa in processen med namnbytet i den årliga verksamheten, bland annat ifråga om nödvändig information till fondandelsägarna.

ENF utgår från att Öhman i enlighet med sitt löfte snarast inleder en process för byte av namnet så att denna är slutförd senast vid utgången av första kvartalet 2020, dvs. senast den 31 mars 2020.

Avgift

Enligt 19 § i ENF:s stadgar ska vid ett fällande avgörande en avgift normalt tas ut av medlemsbolag i Fondbolagens förening. Den högsta avgiften som för närvarande kan tas ut är 100 000 kr. Den anmälda marknadsföringen strider mot god branschsed och motiverar därför en avgift. Vid en samlad bedömning finner ENF att avgiften i detta fall ska bestämmas till 25 000 kr.

I ENF:s uttalande har deltagit ordföranden Kenneth Nordlander, vice ordföranden Torsten Brink samt ledamöterna Hans Ek, Eva Gottfridsdotter-Nilsson, Helena Hillström, Carina Brehmer och Siv Öhlund.

Uttalandet är enhälligt.

Slutlig föredragande av ärendet har varit Anna Larris.

Kenneth Nordlander
Ordförande

Anna Larris
Sekreterare