

DISCIPLINÆRNÆVNET FOR EJENDOMSMÆGLERE

Den 10. juni 2015

blev der i sag 278 – 2014-5788

AA og BB

mod

Ejendomsmægler CC

[Adresse]

[By]

afsagt sålydende

Kendelse

Ved brev af 15. juni 2014 har AA og BB indbragt CC for Disciplinærnævnet for Ejendomsmæglere, jf. lov om omsætning af fast ejendom, § 29 a, stk. 3.

Klagen drejer sig om, hvorvidt indklagede har tilsidesat god ejendomsmæglerskik, ved at der i tekst til husstandsomdelt markedsføringsmateriale var sammenfald med klagerens navne og deres til indklagede oplyste ønsker til kommende bolig.

Sagens omstændigheder:

Omkring årsskiftet 2013/2014 kontaktede klagerne indklagede med henblik på et uforpligtende besøg og vurdering af deres hus i [by]. Klagerne overvejede at sælge for at købe et større hus i [by]. De oplyste indklagede om deres krav til eventuel ny bolig, som var 4 værelser, 150 m², udsigt over åbne grønne arealer og en pris ikke over 2,9 mio. kr.

Indklagede vurderede klagerens hus og klagerne tog ud og så på to ejendomme, som indklagede havde til salg, men fandt ikke, hvad de søgte. Herefter kontaktede indklagede klagerne ad flere omgange, men klagerne orienterede indklagede om, at de på daværende tidspunkt ikke ønskede at sælge alligevel.

I slutningen af maj 2014 opdagede klagerne, at der i [by] var husstandsomdelt en reklame for ejendomsmæglervirksomheden, hvor indklagede var ansat. Af teksten fremgik bl.a., at virksomheden manglede boliger til deres ventende købere, og på forsiden fremstod med store typer:

DISCIPLINÆRNÆVNET FOR EJENDOMSMÆGLERE

"I [by] søger AA og BB

- Boligareal ca. 150 m²*
- 4 værelser*
- Hyggelig og charmerende beliggenhed gerne med en idyllisk udsigt over grønne arealer*
- Prisniveau: ca. kr. 2,9 mio.*

Går I med salgstanker til ring til os i dag for at bestille en uforpligtende salgsvurdering af jeres ejendom."

Klagerne mener, at de er "AA og BB", der refereres til i reklamen. Dette har indklagede afvist.

Parternes bemærkninger:

Klagerne har bl.a. anført, at de mener, at indklagede i reklamen har brugt deres navne og deres til indklagede fortroligt oplyste ønsker til ny bolig.

Klagerne mener, at der i begrebet "Uforpligtende salgsvurdering" ligger en forventning om, at såfremt man ikke ønsker at gå videre med sagen, forbliver oplysningerne fra samtalen fortrolige. Man regner ikke med, at mægleren herefter på eget initiativ iværksætter yderligere tiltag og uden først at indhente tilladelse bruger ens navne og andre fortrolige oplysninger i markedsføringsmateriale.

Reklamen har bevirket, at forholdet til klagernes nærmeste naboer har lidt et knæk, eftersom klagernes naboer er blevet meget indigneret over at høre om deres salgsovervejelser via en omdelt reklame, når de ellers tit ses med naboerne og generelt taler om alt. Klagerne havde ønsket at gå stille med dørene mht. deres overvejelser om at sælge deres ejendom. Derudover er klagerne kede af at få offentliggjort deres økonomiske formåen, eftersom det er blevet afsløret i reklamen, at de søgte ny bolig i prisniveauet 2,9 mio. kr.

Indklagede har bl.a. anført, at det ikke er klagerne, der refereres til i reklamen. Der er derimod tale om en generel reklame til området, hvori det blev beskrevet, at de søgte flere boliger til ventende købere med samme karakteristika. Indholdet af sådanne reklamer er altid meget generel og skal kunne passe på så bred en gruppe af deres potentielle købere samt mulige ejendomstyper i et givent område.

Grunden til, at virksomheden havde lavet den omtalte reklame, var, at de kort forinden havde solgt en villa på [adresse] i [by], som var udbudt til 2,9 mio. kr., og hvor flere kunder var gået forgæves. Virksomheden søgte derfor nye tilsvarende boliger i området.

Et andet argument for, at det ikke var klagerne, der blev refereret til i reklamen, er, at eftersom klagerne ikke havde fået solgt deres bolig endnu, ville det ikke have givet mening, at virksomheden allerede søgte deres drømmebolig via en husstandsomdelt reklame.

Sammenfaldet er uheldigt, og dette har indklagede beklaget over for klagerne.

DISCIPLINÆRNÆVNET FOR EJENDOMSMÆGLERE

Disciplinærnævnets begrundelse og resultat:

Disciplinærnævnet bemærker indledningsvist, at foranstående sagsfremstilling er et resumé af parternes oplysninger til nævnet. Ved nævnets vurdering af sagen har nævnsmedlemmerne været bekendt med samtlige breve og bilag, som parterne har indsendt i sagen.

Det henhører ikke under Disciplinærnævnet for Ejendomsmæglere at tage stilling til, om indklagede har overtrådt markedsføringslovens bestemmelser. Nævnet kan derimod tage stilling til, om indklagede har tilsidesat god ejendomsmæglerskik på grund af indholdet af den pågældende reklame.

Den omstændighed, at der er sammenfald mellem klagernes navne i reklamen og de øvrige oplysninger vedrørende ønsker til ny bolig, kunne tyde på, at der netop er tale om klagerne i reklamen, og at navne og oplysninger er brugt bevidst.

Indklagede burde ikke have brugt klagernes navne i reklamen sammen med oplysningerne fra klagerne vedrørende deres ønsker til ny bolig. Der burde have været brugt andre navne, eller helt have været udeladt navne i reklamen. Det ville have været god ejendomsmæglerskik at indhente accept fra klagerne, såfremt man ønskede at bruge deres navne og oplysninger om kommende bolig i en reklametekst.

Nævnet finder således, at indklagede, ved ikke at have indhentet klagernes accept forinden, har handlet i strid med god ejendomsmæglerskik.

Thi bestemmes

Indklagede ejendomsmægler, CC, tildeles en advarsel, jf. lov om omsætning af fast ejendom, § 29 b, stk. 1.

Kendelsen offentliggøres, jf. lov om formidling af fast ejendom m.v., § 53, stk. 6.

Med henvisning til lov om formidling af fast ejendom m.v., § 63, stk. 2, gøres opmærksom på, at afgørelsen ikke kan indbringes for anden administrativ myndighed, men nævnets afgørelser kan indbringes for domstolene efter de almindelige regler herfor.

Mikael Sjöberg