



## NOTAT

27. februar 2020

### **Høringsnotat vedrørende udkast til lovforslag om ændring af lov om forbrugslånsvirksomheder, lov om markedsføring og lov om finansiel virksomhed (Opgør med kviklån)**

#### **1. Indledning**

Lovforslaget har til formål at styrke forbrugerbeskyttelsen yderligere gennem forbud mod visse forbrugslån samt begrænsning af låneudbydernes muligheder for at markedsføre deres produkter. Lovforslaget har endvidere til formål at sikre en beskyttelse af forbrugerne ved indgåelse af låneaftaler mellem privatpersoner.

Lovforslaget gennemfører den politiske aftale indgået mellem S og V, DF, RV, SF, Ø, Å samt D den 19. december 2019 om et opgør med kviklån.

Med lovforslaget indføres der et forbud mod alle forbrugslån, der har en ÅOP over 35 pct., og ikke er sikret ved pant i fast ejendom. Det foreslås desuden at indføre et omkostningsloft, så en forbruger maksimalt kan betale det dobbelte af lånet tilbage i renter, gebyrer og afdrag samlet set.

Lovforslaget indfører endvidere et markedsføringsforbud, hvorefter en forbrugslånsvirksomhed, som udbyder kreditaftaler til forbrugere med årlige omkostninger på 25 pct. eller derover, med visse undtagelser ikke må markedsføre nogen former for kreditaftaler til forbrugere uanset årlige omkostninger i pct. Der indføres også et forbud mod enhver markedsføring af kreditaftaler til forbrugere og af forbrugslånsvirksomheder i forbindelse med markedsføring af spil eller spiludbydere med visse undtagelser.

Lovudkastet blev sendt i høring den 24. januar 2020 med frist for høringsvar den 21. februar 2020. Der er modtaget 15 høringsvar med bemærkninger.

De væsentligste bemærkninger fra de hørte parter til de enkelte emner i lovudkastet gennemgås og kommenteres nedenfor. Visse høringsvar har givet anledning til redaktionelle og tekniske ændringer og præciseringer i

lovtekst og bemærkninger. Da disse høringssvar ikke ændrer substansen i de pågældende forslag til lovbestemmelser, omtales de ikke nærmere i dette notat.

## 2. Generelle bemærkninger

Forbrugerombudsmanden finder, at den foreslåede regulering af omkostningerne på forbrugerkredit vil styrke forbrugerbeskyttelsen. Forslaget må i øvrigt forventes at medføre, at det økonomiske incitament til ikke at foretage kreditværdighedsvurderinger af forbrugerne bliver mindre.

Forbrugerrådet Tænk hilser lovforslaget velkomment og finder det tiltrængt, at der med lovforslaget indføres en bedre regulering af markedet for forbrugslån. Lovforslaget adresserer i store træk de forhold, som Forbrugerrådet Tænk gennem mange år har arbejdet på, så markedet for forbrugslån kan blive sundere og tryggere for forbrugerne. Forbrugerrådet Tænk havde gerne set, at ÅOP-loftet var fastsat til 20 pct. plus diskontoen. Imidlertid finder Forbrugerrådet, at den samlede række af forslag, som er med i lovforslaget, i sin helhed vil sikre en effektiv regulering, der gør lånemarkedet betydelig sundere og mere trygt for forbrugerne.

Rådet for Socialt Udsatte finder, at lovforslaget vil være til gavn for socialt udsatte, da udlånsvirksomhederne vil få en større tilskyndelse til at kreditvurdere låntager, før de giver lånet. Dels kan det forhindre en yderligere gældsætning af borgere med en skrøbelig økonomi, og dels giver det lån med lavere omkostninger, der alt andet lige vil være mere overkommelige at betale tilbage. Det kunne måske have været ønskeligt med et endnu lavere loft over ÅOP.

Dansk Annoncørforening finder, at det er betænkeligt, at man ikke har analyseret de økonomiske konsekvenser for lånevirkomhederne og dermed heller ikke muligheden for at bevare et reguleret marked efter indgrebet. De opfordrer derfor partierne bag forslaget til at analysere konsekvenserne til bunds, inden lovforslaget behandles yderligere.

Dansk Industri støtter en stramning af reglerne og deler bekymringen over overgældsætning. Dansk Industri finder dog, at forslaget rammer meget bredt og går langt videre end hvad, der er nødvendigt for at håndtere udfordringen med kviklån med ÅOP-satser på op til 700-800 pct. Dansk Industri forventer også, at loftet kan have en negativ effekt på konkurrencen. I praksis vil der fremover være danskere, der ikke kan få dækket legitime lånebehov. Ikke mindst fordi forbuddet imod markedsføring af kreditaftaler fra udbydere med lån i porteføljen med en ÅOP på over 25 pct. risikerer at komme til at fungere som et de facto loft på 25 pct.

Dansk Erhverv beklager, at de seriøse og konkurrencedygtige forbrugslån detailhandlen tilbyder til finansiering af konkrete køb af varer med dette lovforslag behandles på samme måde som useriøse kviklån, hvor forbrugerne får penge i hånden. Dansk Erhverv fremhæver, at der ikke tale om lån med rentesatser på flere hundrede procent, men lån, der blot har en ÅOP over 35 pct. på grund af sammenhængen mellem lånebeløb og løbetid. Det vil ikke være til fordel for forbrugerne, at de bliver nødsaget til at optage større lån eller betale dem tilbage over længere tid, da begge dele som udgangspunkt vil resultere i større gældsætning og højere samlede kreditomkostninger for forbrugerne. Dansk Erhverv finder, at der enten bør indføres en højere sats for ÅOP-loftet eller at der indføres en differentiering i forhold til lånets løbetid således, at små lån med kort løbetid kunne have en lidt højere ÅOP-sats end de 35 pct.

Finans Danmark anfører, at når bankerne bliver underlagt et ÅOP-loft på 35 pct., så medfører det, at bankerne får sværere ved at hjælpe forbrugerne med små lån med en kort løbetid. I dette tilfælde vil bankerne i stedet kunne hjælpe ved at låne et større beløb eller med længere løbetid, så lånet kommer under ÅOP-loftet. Dette er efter Finans Danmarks opfattelse hverken i forbrugernes eller samfundets interesse. Finans Danmark finder endvidere, at bankernes rådgivningsforpligtelse og forpligtelse til at kreditvurdere medfører, at kunderne kun får de kreditaftaler, som de kan servicere. Dette er baggrunden for, at Finans Danmark finder, at ÅOP-loftet bør være på 50 pct.

Finans & Leasing anfører, at ÅOP-loftet bør være på 50 pct. Det foreliggende lovforslag griber ind i et velfungerende marked og vil særligt ramme kortvarige små lån, hvilket vil kunne begrænse finansieringen af varekøb i detailhandlen og derfor medføre fald i omsætningen med tab af arbejdspladser til følge. Endvidere kan forslaget medføre, at der ydes større lån og/eller længere løbetid for at holde ÅOP under loftet. Det vil kunne medføre en større gældsætning og højere samlede kreditomkostninger for den enkelte.

Danske Advokater har forståelse for intentionerne om at dæmme op for meget omkostningstunge kviklån, og at det i den sammenhæng kan være naturligt at sætte et loft over de samlede renter og andre omkostninger, som låntager kan forpligte sig til ved aftale med kreditgiver. Danske Advokater savner imidlertid en nærmere begrundelse for rationalet bag at lade et sådant loft omfatte de omkostninger, der måtte løbe på i tilfælde af låntagers misligholdelse.

Dansk Kredit Råd, finder, at det er en nyskabelse i dansk forbrugerpolitik at introducere ny lovgivning for at fremme forbrugerbeskyttelsen, inden tidligere vedtaget lovgivning for at fremme forbrugerbeskyttelsen inden

for samme område reelt er trådt i kraft. Det kan ikke undgå at rejse spørgsmålet om, hvorvidt den nye lovgivning reelt handler om at diskriminere udbydere af mindre og/eller kortfristede forbrugslån frem for større forbrugslån med længere tilbagebetalingsfrist, der typisk udbydes af danske pengeinstitutter. Lovforslaget kan medføre, at låntagere med et behov for et kortsigtet lån, vil være tvunget til at tage et længerevarende lån, der er større end låntagers reelle behov, og som ganske givet har en lavere ÅOP, men i absolutte tal vil koste låntager mere end et kortsigtet forbrugslån. lovforslaget risikerer at skubbe forbrugere med mindre og/eller kortvarige lånebehov ud af det regulerede marked og over i hænderne på uregulerede långivere. Det risikerer effektivt at fjerne reguleringsskjoldet fra dem, der har mest behov for det. Dansk Kredit Råd finder, at regeringens lovforslag er i strid med EU-retten. Det anføres således, at forbrugslånsvirksomheder vil blive stillet dårligere end konkurrenter inden for EU, men konkurrencen vil også udgøre en trussel for den danske forbruger, som ikke vil kunne skelne mellem danske og udenlandske udbydere af forbrugerkreditter.

Dansk Industri, Dansk Kredit Råd, Finans Danmark, Finans & Leasing og Dansk Annoncørforening finder endvidere, at ÅOP-loftet bør pristalsreguleres for at tage højde for den situation, hvor renteniveauet stiger.

Finans Danmark, Finanssektorens Arbejdsgiverforening og Finans & Leasing anfører, at de anslåede administrative konsekvenser ved forslaget ikke er realistiske, og at de formentlig vil være større på grund af de opgaver, der skal udføres som følge af forslaget.

Finansforbundet er overordnet meget positivt stemte over for lovforslagets indhold. De fremhæver, at forslaget rummer flere fornuftige elementer om bedre oplysning om de reelle omkostninger, der ligger i et givent produkt, omkostningsloftet, og en stramning af den aggressive markedsføring. Det er skridt i den helt rigtige retning, og kan være med til at sikre forbrugerne bedre beskyttelse, ikke mindst de socialt udsatte. Dog bemærker de, at der trods forslaget er brug for en klarere rådgivningsforpligtelse for at undgå, at forbrugerne ender i håbløs gæld.

Konkurrencerådet finder, at det foreslåede loft kan svække den effektive konkurrence og kan ramme ret almindelige korte lån, der ikke rummer de risici, som kendetegner de nævnte kviklån. Desuden kan ÅOP-loftet potentielt virke normerende på prisdannelsen og dermed prisforøgende for lån, som i dag har lavere ÅOP. Konkurrencerådet så derfor gerne et højere ÅOP-loft, eller dokumentation for, at et loft på 35 pct. ikke har væsentlige utilsigtede konsekvenser for konkurrencen og for almindelige forbrugere.

Dansk Erhverv noterer med tilfredshed, at forbuddet mod markedsføring af forbrugerlånsvirksomheder og kreditaftaler til forbrugere i forbindelse med markedsføring af spil eller spilleudbydere ikke finder anvendelse på, de situationer, hvor kreditaftalen indgås med henblik på køb af en vare eller tjenesteydelse. Dansk Erhverv er enige i betragtningen om, at kreditaftaler, hvor forbrugeren ikke får penge i hånden, ikke i samme grad vil medvirke til fremme af ludomani.

Dansk Industri støtter forslaget betinget af, at det fortsat vil være muligt at markedsføre genstandsbestemte lån, hvor lånebeløbet ikke udbetales kontant, som det fremgår af undtagelsen i stk. 3.

Kreativitet & Kommunikation mener, at det er positivt, at der er lavet en undtagelse, således markedsføring af forbrugslånsvirksomheder og kreditaftaler til forbrugere i forbindelse med markedsføring af spil eller spiludbydere gerne må ske, hvis kreditten udbydes med henblik på køb af en vare eller tjenesteydelse, da markedsføringsforbuddet dermed alene rammer det formål, der er opstillet.

### **Kommentar**

*Lovforslaget har til formål at sikre et ordenligt reguleret lånemarked ved, at der foretages et opgør med urimelige renter og omkostninger. Alt for mange danskere ender i økonomiske vanskeligheder som følge af hurtig og let adgang til dyre forbrugslån ("kviklån"). Den lette adgang til dyre forbrugslån har ikke mindst betydet, at mange unge og socialt udsatte danskere er endt i gældsforfælde, som de har svært ved at komme ud af.*

*Det vurderes, at der med lovforslaget er fundet en god balance mellem på den ene side at sikre, at lån kun ydes mod rimelige omkostninger og på den anden side, at forbrugerne fortsat kan få de lån, som de har brug for. Det er endvidere vurderingen, at ÅOP- og omkostningsloftet ikke vil lukke markedet for forbrugslån for konkurrence.*

*Lovforslagets regler om et omkostningsloft og et loft over de årlige omkostninger i procent er en kontraksretlig regel. Det vil således være reglerne i det land, hvor forbrugeren har sit sædvanlige opholdssted, der finder anvendelse i overensstemmelse med reglerne i Rom I forordningen om lovvalgsregler for kontraktlige forpligtelser (forordning nr. 593/2008). Derfor vil lån udbudt online fra en anden medlemsstat stadig skulle overholde ÅOP-loftet og et omkostningsloft. Det er derfor ikke vurderingen, at der med lovforslaget sker en forskelsbehandling af danske kreditgivere.*

*Lovforslaget medfører, at de omfattede virksomheder skal tilpasse deres forretningsmodeller samt interne forretningsgange. Dette forhold er blevet vurderet af Erhvervsstyrelsens Område for Bedre Regulering, som har vurderet, at de administrative konsekvenser forbundet hermed vil være under 4 mio. kr.*

*Efter den politiske aftale skal der et år efter lovens ikrafttræden ske en evaluering af lovforslaget og de foreslåede initiativer. Ved denne evaluering vil behovet for eventuelle tiltag blive vurderet i lyset af de indhøstede erfaringer med loven.*

### **3. Bemærkninger til konkrete emner**

Kommenteringen af høringssvarene tager udgangspunkt i følgende overordnede opdeling:

- 1.1. Lovforslagets anvendelsesområde**
- 1.2. Definition af en forbruger**
- 3.3. Beregning af ÅOP-loftet**
- 3.4. Overtrædelser af ÅOP-loftet**
- 3.5. Afkortningsreglen i § 11 a, stk. 4, i lov om forbrugslånsvirksomheder**
- 3.6. Omkostningsloftet**
- 3.7. Omlægning af en kassekredit**
- 3.8. Yderligere informationskrav**
- 3.9. Gældsregister**
- 3.10. Forbud mod markedsføring af forbrugerkreditaftaler fra virksomheder, der udbyder forbrugerkreditaftaler med ÅOP på 25 procent eller derover**
- 3.11. Forbud mod markedsføring af forbrugerkreditaftaler og forbrugslånsvirksomheder i forbindelse med markedsføring af spil eller spiludbydere**
- 3.12. Nedlæggelse af Penge- og Pensionspanelet**
- 3.13. Tilsyn**
- 3.14. Straf**
- 3.15. Ikrafttræden**
- 3.16. Forholdet til EU-retten**
- 3.17. Økonomiske og administrative konsekvenser for erhvervslivet**
- 3.18. Øvrige spørgsmål**

### 3.1. Lovforslagets anvendelsesområde

Finans Danmark finder, at lovforslagets brede anvendelsesområde er udtryk for en unuanceret retstilstand, fordi der ikke tages hensyn til en række forskellige kreditkonstruktioner, som f.eks. midlertidige overtræk og kreditfaciliteter tilknyttet en budgetkonto. Lovforslaget burde som minimum indeholde modifikationer for de meget strenge hovedregler i forhold hertil. Finans Danmark foreslår derfor, at alle undtagelser i § 3 i kreditaftaleloven indsættes i lovforslaget. Finans Danmark fremhæver særligt, at der bør være en undtagelse for bevilligede overtræk, som forbrugerne er meget glade for. Hvis disse kreditter ikke undtages vil det medføre, at banken må oprette en ny kreditaftale til forbrugeren med deraf følgende omkostninger.

Finans Danmark antager, at det beror på en fejl, at andelsboliglån er omfattet af lovforslaget.

Finans Danmark anfører endelig, at der ikke bør etableres et system, hvor bankerne stiles dårligere end andre kreditorer. Andre kreditorer vil kunne anmelde den fulde fordring i forbindelse med en gældssanering, mens bankerne kan være begrænset af omkostningsloftet, hvilket ikke skal være tilfældet.

Finans Danmark og Finans & Leasing finder, at lån med pant i f.eks. bil og båd, herunder ejendomsforbehold også bør undtages. Finans & Leasing begrundet behovet for yderligere undtagelser med, at der ellers vil ske forskelsbehandling afhængigt af, om man benytter friværdi i fast ejendom eller selve aktivet som sikkerhedsgrundlag. Der er ikke behov for beskyttelse af kunden i disse situationer, da ÅOP typisk er meget lave end 35 pct.

#### Kommentar

*Lovforslaget har til formål at styrke forbrugerbeskyttelsen ved at sikre ordentlige forhold på markedet for forbrugslån. Hvis undtagelserne i kreditaftalelovens § 3 skulle medtages, ville det medføre, at også kortfristede lån ville være udtaget fra loven. Det vurderes ikke at være hensigtsmæssigt, ligesom det ikke vurderes hensigtsmæssigt at undtage bevilligede overtræk. Det vil skabe en mulighed for at omgå ÅOP-loftet, hvilket ville der indebærer, at loftet ikke vil være så effektivt som muligt.*

*Det fremgår af den politiske aftale, at der ved lån med sikkerhed forstås sikkerhed i fast ejendom. Sigtet hermed er at undtage lån i forbindelse med erhvervelse af beboelse eller i øvrigt forbundet med beboelsen i fast ejendom. Det vurderes også, at skulle omfatte andelsboliglån. For i endnu højere grad at afspejle dette sigte ændres lovforslagets undtagelse, så undtagelsen finder anvendelse på boligkreditaftaler. Det er en kreditaftale, hvormed en kreditgiver yder eller giver tilsagn om at yde en låntager*

*kredit, sikret ved pant, eller ved anden sikkerhed, i fast ejendom til beboelse, eller anden rettighed knyttet til fast ejendom til beboelse eller en kreditaftale, hvormed en kreditgiver yder eller giver tilsagn om at yde en låntager kredit hvis formål er erhvervelse eller bevarelse af ejendomsretten til grundarealer eller til eksisterende eller projekterede bygninger.*

*Dermed vil lån som en andelsboligkøber optager med pant i andelsbeviset være omfattet af undtagelsen fra ÅOP-loftet. Derimod er det hensigten, at lån med pant i biler og både skal være omfattet af lovforslaget, og dermed ÅOP-loftet. Der gælder det samme beskyttelsesbehov for disse lån som ved usikrede lån.*

*Det bemærkes, at lovforslagets regler om loft over de årlige omkostninger i procent og omkostningsloftet finder anvendelse på alle kreditorer, der yder lån til forbrugere. Bankerne stilles derfor ikke dårligere end andre kreditorer.*

### **3.2. Definition af en forbruger**

Finans Danmark og Finans og Leasing finder, at lovforslaget alene bør beskytte fysiske personer, der handler uden for deres erhverv. Organisationerne antager, at den politiske aftale alene sigter mod fysiske personer. Definitionen af ”forbrugere” i lov om forbrugslånsvirksomheder omfatter imidlertid også juridiske personer, ligesom blandede kreditaftaler også er omfattet af forbrugerdefinitionen.

#### **Kommentar**

*Det er korrekt, at forbrugerdefinitionen efter lov om forbrugslånsvirksomheder også omfatter juridiske personer, der hovedsagelig handler uden for sit erhverv. Det svarer til forbrugerdefinitionen efter kreditaftaleloven. Der ses ikke at være særlige omstændigheder, som begrundes, at der skal ændres herpå i forslaget til de nye regler om et loft over de årlige omkostninger i procent og omkostningsloftet.*

### **3.3. Beregning af ÅOP-loftet**

Finans Danmark finder, at beregning af ÅOP for en kassekredit bør ske på baggrund af en løbetid på 5 år og ikke 3 måneder, som det fremgår af kreditaftaleloven. Løbetiden på 5 år anvendes efter den gældende prisoplysningsbekendtgørelse og anses for at give et mere korrekt billede af ÅOP.

Finans Danmark finder endvidere, at det bør fremgå af bemærkningerne, hvordan virksomhederne skal forholde sig, hvis kreditomkostningerne



forandrer sig inden for kreditaftalens vilkår, f.eks., hvis en favørrente bortfalder, når en kunde træder ud af et fordelsprogram. Ved en genberegning med den ny rente vil ÅOP kunne ligge over loftet på grund af en kortere løbetid.

Finans Danmark anfører endelig, at hvis et pant ophører, f.eks. fordi lånet bliver misligholdt, og ejendommen sælges på tvangsauktion uden fuld dækning til kreditor, så bør det personlige gældsansvar, der herefter gøres gældende ikke være omfattet af de foreslåede regler. Tilsvarende bør gælden, hvis den personlige fordring mod forbrugeren videreføres i en fornyet skylderkendelse eller en ny kreditaftale.

Finans & Leasing finder, at det bør præciseres i lovforslaget, at beregningen af om ÅOP-loftet er overholdt, skal ske ved aftaleindgåelsen. Finans & Leasing finder endvidere, at det bør præciseres i bemærkningerne, at ÅOP-loftet skal beregnes på en 100 pct. udnyttelse af kreditten for at undgå tvivl om, det skal ske på baggrund af 25 pct., 50 pct. eller 100 pct. udnyttelse, som det er tilfældet efter prisoplysningsbekendtgørelsen.

### **Kommentar**

*Det fremgår af lovforslaget, at ÅOP skal beregnes efter reglerne i kreditaftaleloven. Herved sikres det, at det ÅOP, som skal oplyses i henhold til kreditaftaleloven i kreditaftalen, svarer til det ÅOP, der beregnes for at vurdere, om ÅOP-loftet er overholdt. Finans Danmarks forslag om, at anvende 5 år ved beregning af ÅOP-loftet for kassekreditter, vil medføre, at ÅOP i låneaftalen vil kunne ligge over 35 pct. uden at være i strid med ÅOP-loftet.*

*ÅOP for såkaldt revolverende kredit, dvs. kredit o.l., som automatisk fornyes, skal også beregnes efter reglerne i kreditaftaleloven. Det følger af de supplerende antagelser til brug ved beregningen af de årlige omkostninger i procent, at hvis en kreditaftale stiller forbrugeren frit med hensyn til at udnytte kreditmuligheden, anses det samlede kreditbeløb for udnyttet i sin helhed med det samme.*

*Det vil blive præciseret i lovforslagets bemærkninger, at de årlige omkostninger i procent skal beregnes ved aftaleindgåelsen. Hvis kreditomkostningerne ændrer sig inden for kreditaftalens vilkår, f.eks. fordi renten ændres i forbindelse med, at kunden udtræder af et fordelsprogram, så vil kreditaftalen ikke være i strid med ÅOP-loftet, hvis kreditaftalen ville ligge inden for ÅOP-loftet, hvis det forhøjede rentevilkår havde været gældende i hele lånets løbetid. Er det ikke tilfældet, så vil renten skulle nedsættes, så ÅOP-loftet overholdes. Dette præcises i bemærkningerne.*

*Det vil endvidere blive præciseret i bemærkningerne, at hvis et pant op-hører for en pantesikret fordring, indeholdt i en boligkreditaftale, vil det personlige gældsansvar ikke være omfattet af de foreslåede regler. Det gælder også, hvor det personlige gældsansvar videreføres i en fornyet skylderkendelse eller en ny kreditaftale.*

### **3.4. Overtrædelser af ÅOP-loftet**

Forbrugerombudsmanden finder, at den foreslåede aftaleretlige konsekvens af, at forbrugslånsvirksomheder overtræder ÅOP-loftet medfører, at forbrugerne stilles ringere end forbrugeren ville være, hvis retsvirkningerne ved overtrædelse af et ÅOP-loft fulgte den nugældende lovgivning om urimelige aftalevilkår, hvor forbrugeren må antages at kunne kræve en aftale opretholdt uden det urimelige vilkår. Efter udkastet til § 11 a, stk. 3, i lov om forbrugslånsvirksomheder har forbrugslånsvirksomheder, der overtræder ÅOP-loftet, derimod ret til omkostninger svarende til de lovli-ge 35 pct. Forbrugerombudsmanden finder derfor, at denne bestemmelse bør udgå, så forbrugslånsvirksomheder omfattes af § 11 a, stk. 6, hvorefter sanktionen for overtrædelse af ÅOP-loftet er, at kreditor kun kan kræve det samlede kreditbeløb tilbagebetalt.

Forbrugerombudsmanden anfører endvidere, at det ikke er klart, hvilke virksomheder man tilsigter skal være omfattet af den foreslåede § 11 a, stk. 3, i lov om forbrugslånsvirksomheder. Bestemmelsen omfatter ikke forbrugslånsvirksomheder, der ikke har en tilladelse efter lov om forbrugslånsvirksomheder.

#### **Kommentar**

*Det følger af lovforslaget, at såfremt en forbrugslånsvirksomhed, der har tilladelse, overtræder ÅOP-loftet skal de årlige omkostninger i procent nedsættes til 35 pct.*

*Forbrugerne sikres herved en bedre retsstilling i forhold til gældende ret, hvor spørgsmålet om rimeligheden af størrelsen på ÅOP, og dermed de samlede kreditomkostninger forbundet med et lån, vil afhænge af en konkret vurdering i det enkelte aftaleforhold som i sidste ende henhører under domstolene. Med den foreslåede bestemmelse slås det entydigt fast, at en ÅOP over 35 pct. er udtryk for urimelige kreditomkostninger. Dette loft sikrer, at vilkår, der efter gældende praksis ikke er urimelige, nu anses for at være urimelige.*

*Denne civilretlige konsekvens skal endvidere ses i sammenhæng med, at overtrædelse af den foreslåede bestemmelse samtidig foreslås at blive strafsanktioneret. Det foreslås, at grove eller gentagne overtrædelse af loftet på ÅOP skal straffes med bøde eller fængsel op til 4 måneder. En-*

*keltstående tilfælde kan også føre til bødestraf. Ligeledes vil overtrædelse af bestemmelsen kunne føre til, at tilladelsen til at drive forbrugslånsvirksomhed inddrages.*

*Som lovforslaget er formuleret, vil pengeinstitutter være afskåret fra at opkræve kreditomkostninger, hvis de overtræder § 11 a, stk. 1, hvorefter de årlige omkostninger i procent ikke må overstige 35 pct. Det har været hensigten med lovforslaget, at sanktionen for overtrædelse af loftet over de årlige omkostninger i procent for pengeinstitutter skal være den samme som for forbrugslånsvirksomheder med en tilladelse. For denne gruppe af virksomheder vil en overtrædelse medføre, at omkostningerne skal nedsættes til 35 pct. Lovforslaget ændres derfor i overensstemmelse hermed.*

### **3.5. Afkortningsreglen i § 11 a, stk. 4, i lov om forbrugslånsvirksomheder**

Finans Danmark finder, at afkortningsreglen bør ændres, da det er mere hensigtsmæssigt, at en eventuel afkortning af kreditaftalen medfører, at der genberegnes nye ydelser i den restende løbetid fremfor gennem en afkortning i de første ydelser.

#### **Kommentar**

*Det fremgår af lovforslagets § 11 a, stk. 4, at hvis en nedsættelse af omkostningerne på et lån ydet i strid med ÅOP-loftet medfører en formindskelse af restgælden, skal forbrugeren betale denne i overensstemmelse med den ordning, der er aftalt med forbrugslånsvirksomheden, dog således at afkortning sker i den eller de ydelser, der forfalder først. Det sikrer, at forbrugeren hurtigt muligt bliver refunderet de kreditomkostninger, som forbrugeren har betalt for meget, hvorfor reglen er til gavn for forbrugeren.*

### **3.6. Omkostningsloftet**

Finans Danmark finder, at omkostningsloftet ikke bør gælde for kassekreditter med en løbetid på 5 år eller derover. Dette kan begrundes ud fra samme hensyn som kassekreditter, der ikke skal indfries inden en på forhånd fastsat dato.

Finans & Leasing finder, at revolverende kreditter ligesom kassekreditter bør være undtaget fra omkostningsloftet. En revolverende kredit, f.eks. i forbindelse med et kredittkort og kontokort bør også være undtaget, da det vil kunne være vanskeligt at beregne omkostningsloftet for disse kreditter. Finans & Leasing foreslår derfor, at man i stedet for at undtage kassekreditter fra omkostningsloftet undtager alle tidsubegrænsede kreditaftaler.

Finans & Leasing, Danske Advokater og Dansk Industri finder endvidere, at omkostningsloftet alene bør omfatte det aftalte lån og afviklingen heraf og ikke låntagers misligholdelse af lånet. Omkostningsloftet vil føre til, at når loftet i forbindelse med misligholdelse er nået, har kreditor ikke krav på yderligere morarente. Dermed bortfalder et væsentligt incitament for debitor til at tilbagebetale gælden. Danske Advokater mener, at en yderligere begrænsning af kreditgivers adgang til omkostningsdækning vil forringe låntagers tilskyndelse til ansvarlig kredittagning og ansvarlig ageren under inddrivelsen. Finans & Leasing anfører i forlængelse heraf, at misligholdelse af lån i de allerfleste tilfælde ikke skyldes en oprindelige dårlige kreditværdighedsvurdering, men derimod efterfølgende uheldige omstændigheder så som sygdom, skilsmisse, arbejdsløshed eller andet, som ikke kunne forudses.

Finans Danmark finder, at omkostningsloftet vil medføre, at det bliver sværere at inddrive misligholdte fordringer, særligt misligholdte kreditaftaler, der løber over en meget lang periode. Et loft kan medføre, at banken må indstille at få fordringen inddrevet, ligesom det kan få betydning for bankens muligheder for at sælge misligholdte fordringer, bl.a. i forhold til fogedretsomkostninger. Finans & Leasing anfører, at det ikke er analyseret, hvilken virkning dette omkostningsloft vil have for bankers adgang til at frasælge kreditter og virkningen heraf i forhold til kapitalkrav etc. Finans & Leasing anfører endvidere, at større lån f.eks. over 50.000 kr. bør udtages fra bestemmelse, herunder til større energirenoveringer af fast ejendom for at opnå mere klimavenlige løsninger, ombygning, nyt køkken eller lignende større anskaffelser.

### **Kommentar**

*Omkostningsloftet har til formål at sætte en entydig grænse for, hvor mange omkostninger en forbruger kan pålægges i forbindelse med en kreditaftale.*

*Omkostningsloftet hindrer ikke, at et krav tvangsinddrives ved domstolene. Det fremgår således af lovforslagets bemærkninger, at omkostninger i forbindelse med sagsanlæg ved domstolene ikke er omfattet af omkostningsloftet. Det vil blive præciseret, at dette også omfatter sager ved fogedretterne. Derimod har omkostningsloftet netop til formål at sætte en grænse for, hvor store omkostningerne kan blive i forbindelse med misligholdelse.*

*Der bør kun fastsættes undtagelser til omkostningsloftet, når det ikke er muligt at beregne omkostningsloftet. Det gør sig kun gældende for kassekreditter, der ikke skal indfries inden for en på forhånd fastsat dato. Der-*

*for bør forslaget om at indføre en undtagelse for kassekreditter med en løbetid på 5 år eller derover afvises.*

*Der bør ikke indføres en bredere undtagelse fra omkostningsloftet, så alle tidsubegrænsede kreditaftaler undtages. Det gør sig også gældende for lån over en vis størrelse. Lovforslaget skal sikre en høj forbrugerbeskyttelse, og denne forbrugerbeskyttelse bør ikke lempes ved yderligere undtagelser.*

### **3.7. Omlægning af en kassekredit**

Finans Danmark og Rådet for Socialt Udsatte foreslår, at lovforslagets regel om, at en forbruger kan få omlagt en kassekredit til en kreditaftale med afdrag, også bør finde anvendelse, selvom der kun er foretaget et træk på f.eks. halvdelen af kreditrammen. Finans Danmark foreslår derfor, at formuleringen ”hvor kreditrammen er fuldt udnyttet” udgår, og at det bør fremgå af bemærkningerne, at den ny kreditaftale skal overholde det foreslåede ÅOP-loft.

Finans & Leasing finder, at det bør afklares om kreditgiver ved en omlægning skal foretage en ny kreditværdighedsvurdering ud fra kundens nugældende økonomiske situation, og om kreditgiver i givet fald vil skulle afslå omlægningen ved en negativ kreditværdighedsvurdering.

#### **Kommentar**

*Den foreslåede regel om omlægning af en kassekredit til en kreditaftale med afdrag skal sikre, at forbrugere, der har en kassekredit, som ikke er omfattet af omkostningsloftet, kan få bragt gælden ud af verden ved at gælden bliver konverteret til en kreditaftale, som er omfattet af omkostningsloftet. Dette hensyn kan imidlertid også gøres gældende ved kassekreditter, der kun delvist er udnyttet. Derfor bør Finans Danmark og Rådet for Socialt Udsattes forslag imødekommes, hvorfor formuleringen om, at kreditrammen på en kassekredit skal være fuldt udnyttet udgår af kravet. Det præciseres endvidere i bemærkningerne, at den nye kreditaftale skal overholde det foreslåede ÅOP-loft og omkostningsloft.*

*Da forbrugeren får et krav om at få omlagt sin kassekredit til et lån med afdrag, skal denne omlægning gennemføres uanset kundens økonomiske forhold. Det vil blive præciseret i bemærkningerne.*

### **3.8. Yderligere informationskrav**

Finansforbundet foreslår, at det fulde tilbagebetalingsbeløb bør tydeliggøres over for forbrugeren. Finansforbundet foreslår endvidere, at der bør indføres en mærkningsordning for internetbaserede lånevirksomheder, så

forbrugerne kan se hvilket land, virksomheden kommer fra. Det skal sikre, at forbrugerne kan gennemskue hvilket lands forbrugerbeskyttelse, der gælder.

### **Kommentar**

*Det fremgår allerede af kreditaftaleloven og markedsføringsloven, at forbrugeren skal have oplyst det samlede beløb, som forbrugeren skal betale for kreditten. Denne oplysning skal både gives i forbindelse med markedsføring, i prækontraktuelle oplysninger i form af det standardiserede europæiske skema for forbrugerkreditoplysninger og af selve kreditaftalen.*

*Det vil ikke være muligt i dansk ret at indføre en mærkningsordning for alle internetbaserede lånevirksomheder, der gælder for alle sådanne virksomheder uanset virksomhedens hjemsted. Forbrugerne vil imidlertid på Finanstilsynets hjemmeside kunne se, hvilke virksomheder, der har opnået tilladelse til at udbyde forbrugslån efter lov om forbrugslånsvirksomheder.*

### **3.9. Gældsregister**

Finansforbundet finder, at der bør indføres et gældsregister, gerne på et fælles europæisk initiativ, så forbrugernes samlede kreditaftaler kan indgå i kreditværdighedsvurderingen. Samtidig bør det sikres, at forbrugere, der er registeret som dårlig betaler ikke kan optage yderligere lån.

### **Kommentar**

*I henhold til forbrugerkreditdirektivet skal en kreditgiver vurdere en forbrugers kreditværdighed på grundlag af fyldestgørende oplysninger.*

*Det følger endvidere af direktivet, at medlemsstater, hvis lovgivning kræver, at kreditgiveren vurderer forbrugernes kreditværdighed på grundlag af en søgning i den relevante database, kan opretholde denne forpligtelse. Forbrugerkreditdirektivet er et totalharmoniseringsdirektiv, hvilket bl.a. indebærer, at medlemsstaterne ikke kan fastsætte regler, der afviger fra direktivet, herunder indføre en pligt til at tjekke i et register. Forud for implementeringen af forbrugerkreditdirektivet indeholdt dansk lovgivning ingen forpligtigelser til at foretage en kreditvurdering forud for indgåelsen af en kreditaftale. Danmark havde heller ingen bestemmelser om pligt til at foretage søgning i en relevant database. Det er derfor vurderingen, at forbrugerkreditdirektivet forhindrer at indføre en pligt for kreditgivere til at foretage en søgning i bestemte databaser, herunder i et gældsregister. Effektiviteten af et eventuelt gældsregister vil derfor alt andet lige være væsentligt mindre.*

*Oplysninger om registreringer som dårlig betaler bør dog indgå i en kreditværdighedsvurdering og bør som udgangspunkt medføre, at forbrugeren ikke kan kreditværdighedsvurderes til at optage et lån. Det fremgår allerede af lov om forbrugslånsvirksomheder.*

### **3.10. Forbud mod markedsføring af forbrugerkreditaftaler fra virksomheder, der udbyder forbrugerkreditaftaler med ÅOP på 25 procent eller derover**

Dansk Annoncørforening, Dansk Erhverv, Dansk Industri, Dansk Kredit Råd, Danske Medier, Finans Danmark, Finans & Leasing samt Konkurrencerådet er imod indførelsen af et forbud mod markedsføring af forbrugerkreditaftaler med ÅOP på 25 procent eller derover, mens Finansforbundet og Forbrugerrådet Tænk støtter forslaget.

Dansk Erhverv finder det uhensigtsmæssigt og betænkeligt, at detailhandelsvirksomheder, der alene tilbyder finansieringskøb med en ÅOP under 25 procent, bliver begrænset i deres markedsføring af de pågældende finansieringskøb alene fordi forbrugslånsvirksomheden, som de samarbejder med, i anden sammenhæng udbyder lån med en ÅOP på 25 procent eller derover.

I forbindelse med finansieringskøb bemærker Dansk Erhverv, at denne type lån, hvor forbrugerne ikke får penge i hånden, ikke medfører den samme risiko for overgældsættelse, som de lån, hvor forbrugerne får penge i hånden. Dansk Erhverv anbefaler derfor, at virksomheder, der tilbyder finansieringskøb, ikke begrænses i deres markedsføring så længe, at virksomheden ikke annoncerer finansieringskøb med en ÅOP på 25 procent eller derover, heller ikke selvom den forbrugslånsvirksomhed, der samarbejdes med andetsteds, måtte udbyde kreditaftaler til forbrugere med en ÅOP på 25 procent eller derover.

Dansk Kredit Råd anfører, at markedsføringsforbuddet vil have negative følgevirkninger i form af manglende gennemsigtighed for forbrugerne og begrænset myndighedskontrol, når markedet åbnes for udenlandske forbrugslånsvirksomheder. Dansk Kredit Råd anfører videre, at de facto ÅOP-loft på 25 procent ikke vil modsvare den risiko, der er forbundet med mindre lån uden sikkerhed.

Dansk Kredit Råd finder det overraskende, at markedsføringsforbuddet kun dækker forbrugslån, men ikke lån forbundet med køb af vare eller tjenesteydelser.

Dansk Kredit Råd påpeger endvidere, at det ikke fremgår, hvornår en finansiel virksomhed har tilladelse til at markedsføre lån med ÅOP på 25

procent, hvis de tidligere har tilbudt låneprodukter over 35 procent ÅOP. Det er heller ikke tydeligt, hvordan en virksomhed defineres.

Endelig bemærker Dansk Kredit Råd, at kreditaftaler gerne må markedsføres ”på forbrugslånsvirksomhedens hjemmeside eller et system til brug for fjernsalg, som drives af forbrugslånsvirksomheden”. Det betyder, at sammenligningssider på internettet fortsat er lovlige. Det er Dansk Kredit Råds opfattelse, at sådanne sammenligningssider kan få en indflydelse, så de reelt kan styre priserne på forbrugslån og svække konkurrencen på markedet.

Danske Medier anfører, at markedsføringsforbuddet er et alvorligt indgreb i de erhvervsdrivendes kommercielle ytringsfrihed og ret til at markedsføre lovlige varer og ydelser. Forslaget afviger dertil fra hidtidige markedsføringsforbud som fx forbud mod markedsføring af tobak eller receptpligtig medicin, idet forbuddet ikke har baggrund i de sædvanlige sundhedsskadelige betragtninger. Åbner man først op for muligheden for at indføre markedsføringsforbud for i øvrigt lovlige produkter ud fra et bredt forbrugerbeskyttelseshensyn, kan det blive en glidebane for andre lignende forbud, der heller ikke er begrundet med sundhedsskadelig adfærd, men hvor regeringen af forskellige årsager finder, at forbrugeren ikke selv er i stand til at foretage fornuftige dispositioner i forhold til lovlige varer og ydelser på markedet.

Dansk Industri gør gældende, at der af hensyn til konkurrencen med udenlandske låneudbydere ikke bør indføres et nationalt markedsføringsforbud. Fastholdes forbuddet støtter Dansk Industri de undtagelser, der fremgår af stk. 2 og 3.

Finans Danmark gør gældende, at banker ikke bør være omfattet af markedsføringsforbuddet. Finans Danmark anfører, at lovforslaget ikke tager højde for, at der er markant forskel på antallet af udbudte kreditaftaler i en forbrugslånsvirksomhed og i en større bank. Hertil kommer, at bankerne allerede er underlagt betydelige krav i reglerne om produktgodkendelsesprocedure i detailbankprodukter. Disse regler sikrer, at forbrugerne kun bliver tilbudt produkter, der er hensigtsmæssige for dem. De tilsvarende krav for forbrugslånsvirksomheder er på et betydeligt lavere niveau.

Finans Danmark foreslår, at det i lovteksten i stk. 3 præciseres, at uanset forbuddet mod markedsføring af kreditaftaler med en ÅOP på 25 pct. eller derover i stk. 1, har en virksomhed lov til at markedsføre kreditaftaler i de i stk. 3 nævnte situationer uanset størrelsen af ÅOP-satserne. Samtidig ønskes det præciseret, om opregningen i stk. 3 er udtømmende, eller om der også kan ske markedsføring på andre måder end de nævnte.



Finans & Leasing mener, at forslaget de facto gennemfører et ÅOP-loft på 25 procent, da kreditgiver ikke kan leve med ikke at kunne markedsføre sine lån andre steder end de i stk. 3 nævnte steder.

Finans & Leasing finder det u hensigtsmæssigt, at man med lovforslaget på den ene side rent civilretligt tillader lån med ÅOP op til 35 procent, og på den anden side via en markedsføringsbegrænsning reelt indskrænker det til 25 procent.

Endvidere anfører Finans & Leasing, at forslaget vil afskære forbrugere fra at få finansieret anskaffelse af mindre forbrugsgoder fx PC til skolebrug, ny vaskemaskine eller en cykel. Det skyldes, at stiftelsesomkostningerne og en rimelig indtjening ikke kan rummes inden for en ÅOP på 25 procent ved små lån med kort løbetid.

Hvis forbuddet opretholdes foreslår Finans & Leasing, at det fastslås, at undtagelserne i stk. 3 kan benyttes med markedsføring af lån med ÅOP op til 35 procent, uden at hovedreglen i stk. 1 anses for overtrådt, således at man fortsat andre steder, end hvad der er nævnt i stk. 3, kan markedsføre lån med ÅOP op til 25 procent, altså sagt på en anden måde gør undtagelsen i stk. 3 til ”ægte” undtagelser.

Derudover foreslår Finans & Leasing, såfremt forbuddet fastholdes, at undtagelsen i stk. 2, udvides til at omfatte lån til både og motorkøretøjer sikret ved pant eller ejendomsforbehold og andre lån større end 50.000 kr.

Finans & Leasing påpeger desuden, at det bør præciseres i bemærkningerne, at begrebet ”system til brug for fjernsalg” også omfatter hhv. bankens samarbejde med en låneplatform, hvor låneplatformens ”frontend” via en API-forbindelse er koblet op på bankens fjernsalgssystem, eller de tilbudsaviser, som en forretning der afsætter lån for en bank (såkaldte ”oprindelige trepartsforhold”, eller som det mere præcist er defineret i kreditaftalelovens § 4, stk. 1, nr. 14 ”tilknyttet kreditaftale”) udsender, da disse reklameaviser er en uundværlig del af det samlede fjernsalgssystem, hvorfor disse kanaler dermed er omfattet af stk. 3.

Finansforbundet anfører, at forbuddet mod markedsføring af lån med ÅOP over 25 procent er positivt. Finansforbundet foreslår, at et totalforbud mod forbrugslånsreklamer på længere sigt bør overvejes, gerne i forbindelse med en fremtidig evaluering af nærværende lovændring.

Forbrugerombudsmanden forstår § 11 a, stk. 3, nr. 3, således, at tredjemandsfina nsierede kreditkøb ikke er omfattet af markedsføringsforbuddet. Detailvirksomheder, der selv tilbyder finansiering af kreditkøb, vil

dermed ikke kunne markedsføre denne finansiering uden at overtræde forbuddet.

Forbrugerombudsmanden anfører desuden, at lovudkastets undtagelse af tredjemandsfinansierede kreditkøb desuden vil medføre, at de fleste shoppingkreditaftaler vil være undtaget fra markedsføringsforbuddet. Forbrugerombudsmanden skal gøre opmærksom på, at udbuddet af sådanne shoppingkreditaftaler efter Forbrugerombudsmandens opfattelse er i vækst ved online-handel.

Konkurrencerådet anfører, at det er vanskeligt at se en saglig begrundelse bag den del af lovforslaget, der forbyder markedsføring af alle instituttets forbrugslån, hvis et kreditinstitut udbyder bare ét finansielt produkt med ÅOP på mere end 25 procent. Det vil reelt svække udbuddet af lån med ÅOP ned til 25 procent og yderligere begrænse konkurrencen og forbrugernes adgang til korte lån. Markedsføringsforbuddet vil reducere forbrugernes mulighed for at få relevante oplysninger om produkterne og svække deres muligheder for at træffe fornuftige valg.

Kreativitet & Kommunikation oplyser, at kommerciel ytringsfrihed og adgangen til at kunne markedsføre produkter og tjenesteydelser er helt afgørende for alle danske virksomheder og for deres indtjeningsmuligheder. Kreativitet & Kommunikation indstiller, at markedsføringsforbuddet følger ÅOP-loftet på 35 procent, da det med lovforslaget fastslås, at en ÅOP på mellem 25 og 35 procent anses for rimelige kreditomkostninger. Såfremt forbuddet fastholdes, mener Kreativitet & Kommunikation, at markedsføringsforbuddet kun bør gælde enkeltstående lån og ikke hele kreditudbyderens portefølje, samt at ÅOP-grænsen for så vidt angår finansieringskøb bør være på 35 procent.

### **Kommentar**

*En detailhandelsvirksomhed, der alene tilbyder finansieringskøb med en ÅOP under 25 procent, kan blive omfattet af markedsføringsforbuddet, hvis den bagvedliggende forbrugslånsvirksomhed udbyder kredit med en ÅOP over 25 procent andet sted end hos den pågældende detailvirksomhed. Det foreslåede markedsføringsforbud foreslås strafbelagt, og det subjektive krav for at straffe forbuddet er uagtsomhed. Det vil bero på en konkret vurdering, om detailhandelsvirksomheden i det pågældende tilfælde har handlet uagtsomt, hvilket i sidste ende vil være op til domstolene at afgøre. Formålet med det foreslåede markedsføringsforbud er at begrænse reklamer for forbrugslånsvirksomheder i det offentlige rum, hvor der er tale om virksomheder, der udbyder lån med ÅOP på 25 procent eller derover. Det er derfor hensigten med det foreslåede forbud, at der ikke må ske markedsføring af kreditaftaler udbudt af en forbrugslåns-*

virksomhed, når virksomheden tilbyder kreditaftaler med en ÅOP over 25 procent.

I overensstemmelse med den politiske aftale er det ikke hensigten, at undtagelsen i stk. 2 skal omfatte lån til både og motorkøretøjer sikret ved pant eller ejendomsforbehold og andre lån større end 50.000 kr. Der gælder således det samme beskyttelsesbehov for disse lån som ved usikrede lån.

Det vurderes derimod, at undtagelsen bør finde anvendelse på andelsboliglån, hvorfor lovforslagets undtagelse fra markedsføringsforbuddet ændres, så undtagelsen finder anvendelse på "boligkreditaftaler". Dette begreb omfatter også andelsboliglån. På den baggrund ændres formuleringen i lovforslaget, så markedsføring af boligkreditaftaler undtages fra markedsføringsforbuddet.

For så vidt angår anvendelsen af "et system til brug for fjernsalg" i forslagens stk. 3, er det en forudsætning, at systemet drives af forbrugslånsvirksomheden, jf. stk. 3, nr. 2, eller sælgeren, jf. stk. 3, nr. 3, litra b. Et eksempel herpå kan være forbrugslånsvirksomhedens egen applikation, hvorfra en forbruger kan optage en forbrugerkreditaftale, eller en sælgers applikation, hvor kredit udbydes med henblik på køb af en specifik vare eller tjenesteydelse. I så fald må markedsføring af forbrugerkreditaftalen gerne ske i applikationen. Dermed er markedsføring ikke kun begrænset til et forretningssted eller hjemmeside.

Afsætning af lån f.eks. gennem en tilbudsavis betragtes imidlertid ikke som et system til brug for fjernsalg, der drives af forbrugslånsvirksomheden eller sælgeren af den finansierende vare. Det samme gælder afsætning gennem en sammenligningsside på internettet. Det bemærkes i den forbindelse, at sammenligningssider også omfattes af markedsføringsforbuddet, da sammenligningssider udgør markedsføring. På baggrund af ovenstående foretages præcisering i bemærkningerne.

For så vidt angår undtagelsen i § 11 a, stk. 3, nr. 3, vedr. kredit, der udbydes med henblik på køb af en specifik vare eller tjenesteydelse, er der ikke tale om en generel undtagelse af finansieringskøb. I § 11 a, stk. 3, nr. 3, litra a-c oplistes således en række kriterier, der skal iagttages før markedsføring vil være lovligt. Der er tale om kumulative krav, der alle skal være opfyldt. En detailvirksomhed, der selv tilbyder finansiering af kreditkøb, vil i den forbindelse være omfattet af § 11 a, stk. 3, nr. 3, litra a, 1. led. Det bemærkes hertil, at forbuddet i § 11 a, stk. 1, er en hovedregel, og at stk. 2 og 3 alene indeholder undtagelser til hovedreglen. Derfor vil en forbrugslånsvirksomhed, som er omfattet af markedsføringsforbuddet, alene kunne markedsføre sine forbrugerkreditaftaler for de i stk. 2 og 3

nævnte tilfælde og steder. På baggrund af ovenstående foretages præcisering i bemærkningerne.

For så vidt angår bemærkningen om præcisering af, at stk. 3 omfatter markedsføring af kreditaftaler i de i stk. 3 nævnte situationer uanset størrelsen af ÅOP-satserne, anses det ikke for nødvendigt at præcisere i lovtæksten, da hovedreglen i stk. 1 omfatter alle kreditaftaler uanset ÅOP. En sådan præcisering foretages i stedet i bemærkningerne til det foreslåede stk. 3. Samtidig præciseres det i bemærkningerne, at opregningen i stk. 3 er udtømmende.

### **3.11. Forbud mod markedsføring af forbrugerkreditaftaler og forbrugslånsvirksomheder i forbindelse med markedsføring af spil eller spiludbydere**

Dansk Annoncørforening henviser til, at formålet med den politiske aftale er at sætte en stopper for kortsigtede forbrugslån uden sikkerhed i fast ejendom. Dansk Annoncørforening mener, det rammer langt bredere end det, og at forbuddet mod markedsføring i forbindelse med markedsføring af spil derfor enten bør udgå helt af lovforslaget eller, at man som minimum tilføjer en undtagelse for banker og sparekasser, selvom en sådan undtagelse sandsynligvis vil være diskriminerende.

Dansk Annoncørforening anfører, at virksomheder køber ind i målgrupper, som groft sagt bliver defineret af alder og køn. Det er dermed ikke muligt for en virksomhed specifikt at booke reklameplads i blokke, hvor der optræder reklame for produkter, man gerne vil markedsføre sig op ad. Dansk Annoncørforening opfordrer derfor til enten at undlade at forbyde markedsføring af låneaftaler i forbindelse med markedsføring af spil eller som minimum at udsætte den videre behandling af forslaget, til det har været muligt for Erhvervsministeriet at analysere, om der reelt er vægtige negative konsekvenser ved samtidig annoncering for spil og kviklån.

Dansk Annoncørforening oplyser, at flere danske medier klart afviser, at det i praksis er muligt at forhindre samtidig annoncering af spil og låneaftaler på samme website. Dansk Annoncørforening opfordrer derfor til enten at undlade forbuddet mod markedsføring af låneaftaler i forbindelse med markedsføring af spil, eller at der som minimum laves en undtagelse for digital markedsføring.

Dansk Kredit Råd anfører, at forbrugslånsvirksomheder ikke kan bestemme over annoncørers prioriteringer vedr. reklameblokke og har dermed, som det er i dag, ikke mulighed for at overholde denne del af § 11 b. Dansk Kredit Råd er enige i hensigten med forbuddet, men angiver, at de

ikke har direkte kontrol over, hvordan annoncører administrerer deres reklameblokke.

Danske Medier henviser til manglende dokumentation for, at markedsføring af forbrugslånsvirksomhed samt markedsføring af spil eller spiludbydere, der udbydes i det samme "reklamerum", skulle medføre en stigning i indgåelse af forbrugslån og derved en stigning i antallet af forbrugere, der oparbejder en væsentlig gæld som følge af lån til brug for spil.

Danske Medier anfører, at det fremsendte høringsmateriale ikke har påvist, at der er tilstrækkelig belæg eller dokumentation for, at markedsføringsforbuddene er nødvendige, endsiige vil have den ønskede virkning. Foreningen anbefaler derfor at genoverveje de foreslåede markedsføringsforbud. Formålet med at beskytte forbrugerne mod at "*indgå kreditaftaler uden at tænke over omkostningerne og konsekvenserne herved*" samt at bekæmpe ludomani bør kunne ske ved at tage andre mere proportionelle midler i brug fx ved at skærpe informationskravet i forbindelse med lån og markedsføring i stedet for at ty til uforholdsmæssige indgreb i retten til at markedsføre lovlige ydelser.

Finans Danmark oplyser, at processen i dag er sådan, at bankerne køber onlineannoncering baseret på brugernes adfærd på nettet. Dermed køber man ikke navngivne placeringer, og banken ved ikke, hvilke andre annoncørers reklamer der placeres samtidig. En anden mindre brugt metode er at købe en plads online på eksempelvis en avis. Her er banken ikke bekendt med, hvilke reklamer der ellers vises denne dag/periode. Det er ikke en ydelse, banken kan erhverve viden om. Dermed er der i dag ikke mulighed for fra annoncørernes side at kontrollere, hvilke andre annoncører man er placeret ved siden af.

Finans Danmark anmoder om, at der udarbejdes fyldige bemærkninger med eksempler på, hvad der indgår i "i forbindelse med".

Finans & Leasing påpeger, at der er en række praktiske og tekniske forhold, der gør det både uoverskueligt og vanskeligt for en bank at efterleve forbuddet, da banken ikke selv har kontrol over, om f.eks. en bannerreklame vises samtidig med en bannerreklame for et betting-site, f.eks. som følge af mediernes anvendelse af segmenteret markedsføring.

Finans & Leasing har grundlæggende sympati for de bagvedliggende hensyn ved bestemmelsen, men de mener, at totalforbuddet mod reklamer for lån i kombination med spil bør genovervejes i lyset af, at kviklån reelt set fjernes fra markedet ved indførelsen af et ÅOP-loft på 35 procent. Finans & Leasing anfører, at det i den sammenhæng ville være mere effektivt at give kreditgivere adgang til Ludomani-registret (ROFUS), så oplysninger herom kan indgå i kreditværdighedsvurderingen med låneansøgers sam-

tykke. Finans & Leasing opfordrer til, at dette forslag overvejes nærmere i samarbejde med Spillemyndigheden.

Finans & Leasing mener, at forslaget risikerer at ramme utilsigtet bredt, herunder i forhold til sponsorering/finansiering af både professionelle sportshold og sportsbegivenheder samt det brede idrætsliv. Hvis forslaget fastholdes, anfører Finans & Leasing, at en bank som minimum ikke bør kunne holdes ansvarlig for tilfælde, hvor banken rent fysisk/faktisk ikke har nogen mulighed for at undgå sammenblanding af sit brand eller sin forbrugslånsvirksomhed og spil.

Finansforbundet anfører, at totalforbuddet mod markedsføring af forbrugslån i forbindelse med reklamer for spil er særdeles fornuftigt. Finansforbundet foreslår, at man kunne overveje at pålægge medier, hvori der reklameres for forbrugslån, et selvstændigt ansvar for ikke at bringe reklamer for forbrugslån i forbindelse med reklamer for spil.

TV2 DANMARK A/S anfører, at lovudkastet og de tilhørende lovbetragtninger ikke tager højde for, hvordan køb af reklametid og placering af TV-reklamer foregår i praksis. De mener endvidere, at markedsføring af forbrugerkreditaftaler og spil ikke er koordineret, hvorfor enhver markedsføring af produkterne i forbindelse med hinanden må tilskrives tilfældigheder. Et hvert indgreb i den kommercielle ytringsfrihed bør imidlertid overvejes nøje og som minimum baseres på empiri og dokumenteret årsagssammenhæng. Hertil påpeger TV 2 DANMARK A/S, at definitionen af ”i forbindelse med” forekommer bred og upræcis og ikke umiddelbart anvendelig i praksis. Overtrædelse af bestemmelsen er stafbelagt, hvilket forstærker kravet til, at bestemmelsens indhold skal fremstå klart og utvetydigt.

### **Kommentar**

*Det foreslås, at genoverveje det foreslåede markedsføringsforbud. Hertil bemærkes det, at markedsføringsforbuddet, herunder forbuddet mod at reklamere for lån og spil i samme reklameblok, vurderes at være hensigtsmæssigt for at sikre at forbrugere ikke udsættes for unødige mængder af markedsføring.*

*Såfremt en annoncør ønsker at reklamere for en forbrugerkreditaftale i TV, er det op til annoncøren at indgå en kontrakt med medieplatformen om, at den pågældende reklame ikke vises i samme reklameblok som en spillereklame. Det anerkendes, at det herefter vil være op til medieplatformen at sikre, at der ikke vises reklamer for spil og forbrugerkreditaftaler i samme reklameblok.*

*Hensigten med lovforslaget og markedsføringsforbuddet er at det skal omfatte alle, der markedsfører forbrugerkreditaftaler, uanset om der er tale om en forbrugslånsvirksomhed, en bank eller andre.*

*I forhold til forslagene om en adgang for kreditgivere til Ludomani-registret (ROFUS), så de kan anvende disse oplysninger i kreditværdighedsvurderingen, vil dette være muligt. Dog vil man ikke kunne pålægge forbrugslånsvirksomhederne, at foretage opslag i sådan database, da det vil være i strid med forbrugerkreditdirektivet. Det vurderes derfor ikke at have den ønskede effekt.*

*Et selvstændigt ansvar for medier om ikke at bringe reklamer for forbrugerkreditaftaler i sammenhæng med markedsføring af spil eller spiludbydere, kan pålægges medierne, men det vurderes, at det vil være mere hensigtsmæssigt at knytte forbuddet med forbrugslånsvirksomheders tilladelse af håndhævelsesmæssige hensyn.*

*Forslaget om en undtagelse for digital markedsføring imødekommes ikke, idet en væsentlig del af markedsføring foregår online, og en sådan undtagelse vil stride imod formålet med lovforslaget.*

*Forbuddet mod markedsføring i forbindelse med spil omfatter både forbrugerkreditaftaler samt branding af forbrugslånsvirksomheden. Som det fremgår af lovforslagets specielle bemærkninger, må en forbrugslånsvirksomhed således ikke markedsføre forbrugslånsvirksomheden, herunder f.eks. navn, logo eller andre kendetegn, der identificerer forbrugslånsvirksomheden, i forbindelse med markedsføring af spil eller spiludbydere.*

*I forhold til anvendelsen af begrebet ”i forbindelse med” bemærkes, at der er tale om en konkret vurdering af, hvornår markedsføring af forbrugerkreditaftaler sker i forbindelse med markedsføring af spil eller spiludbydere. Som det fremgår af lovforslagets specielle bemærkninger til bestemmelsen, vil det eksempelvis ikke være tilladt at placere reklamer for forbrugslånsvirksomheder eller forbrugerkreditaftaler i et optaktsprogram til et program, der er sponsoreret af eller indeholder reklameblokke med markedsføring af spil eller spiludbydere. Forbuddet vil derimod ikke omfatte forbrugslånsvirksomheders sponsorering af f.eks. sportsklubber og lignende.*

*Der tilføjes en ikke-udtømmende negativ afgrænsning i lovforslagets bemærkninger for at præcisere, hvornår markedsføring af forbrugerkreditaftaler ikke sker i forbindelse med markedsføring af spil eller spiludbydere. Eksempelvis vil en bank godt kunne markedsføre sit logo, reklamer for forbrugerkreditaftaler eller lignende i forretningslokalets vindue, mens der på et rulleskilt ved et busstoppested tæt på vinduet reklameres for*

*spil. Det vil eksempelvis også være muligt for en forbrugslånsvirksomhed at markedsføre muligheden for at optage forbrugerkreditaftaler i TV forud for en fodboldkamp, selvom der på bannerreklamer på stadion, hvor fodboldkampen finder sted, vises reklamer for spil.*

### **3.12. Nedlæggelse af Penge- og Pensionspanelet**

Finans Danmark finder, at det er hensigtsmæssigt at nedlægge Penge- og Pensionspanelet og bemærker i den forbindelse, at den finansielle sektor fremadrettet skal finansiere den offentlige forbrugerinformation på det finansielle område. En tilsvarende model findes ikke på andre erhvervsområder.

Forbrugerrådet TÆNK bemærker i forhold til nedlæggelsen af Penge- og Pensionspanelet, at det forudsættes, at de væsentligste af panelets analyse- og informationsopgaver videreføres af Finanstilsynet. Forbrugerrådet TÆNK vil gerne bidrage med input og sparring til dette arbejde.

#### **Kommentar**

*For at opnå en bedre og mere effektiv indsats for at fremme forbrugernes finansielle forståelse foreslås det, at der en modernisering af den nuværende indsats med formidlingen af finansiell forbrugerinformation. Det kan ske ved fremadrettet at forankre arbejdet med den offentlige forbrugerinformation i Finanstilsynet. Finansiell forståelse byggende på information om finansielle produkter og ydelser m.v. er en væsentlig forudsætning for tilliden til de finansielle virksomheder og markeder. Det vurderes derfor også at være i de finansielle virksomheders interesse, at der fortsat arbejdes med forbrugerinformation på det finansielle område. Der vil blive taget stilling til den nærmere finansiering af opgavevaretagelsen, når de økonomiske konsekvenser for Finanstilsynet er endeligt fastlagt.*

*Som led i en samling af opgavevaretagelse i regi af Finanstilsynet kan der oprettes et rådgivende kontaktudvalg, hvor medlemmer fra forbrugerorganisationer og sektoren deltager mhp. sparring og gensidig informationsudveksling.*

### **3.13. Tilsyn**

Forbrugerombudsmanden bemærker, at det ikke fremgår af lovforslaget, at Forbrugerombudsmanden har kompetence til at behandle straffesager om overtrædelse af ÅOP-loftet samt omkostningsloftet. Forbrugerombudsmanden bemærker videre, at dette vil medføre en u hensigtsmæssig retstilstand, hvis Forbrugerombudsmanden alene har kompetence til at behandle straffesager vedrørende markedsføringsforbuddet og ikke også vedrørende overtrædelse af ÅOP- og omkostningsloftet.



## Kommentar

*I henhold til lov om forbrugslånsvirksomheder, som trådte i kraft 1. juli 2019, blev Finanstilsynet tillagt kompetencen som tilsynsmyndighed i forhold til lovens regler, mens det blev vedtaget, at Forbrugerombudsmanden opretholder sin kompetence efter markedsføringsloven over for forbrugslånsvirksomheder. Det vurderes ikke, at der med nærværende lovforslag bør ændres ved denne fordeling af tilsynskompetencen.*

### 3.14. Straf

Finans & Leasing finder, at det bør fremgå af bemærkningerne, at det ved vurderingen af, om der foreligger en grov eller gentagen overtrædelse af de nævnte bestemmelser, som kan medføre straf, ikke bør omfatte en antal ”fejl” udløst af samme forseelse fx som følge af fejl i et IT-system eller andre lignende systemiske fejl.

Forbrugerombudsmanden anfører, at overtrædelser af ÅOP-loftet og omkostningsloftet vil blive vanskelige at håndhæve strafferetligt i praksis, da overtrædelser ifølge lovudkastet kun vil være strafbare, hvis de er grove eller gentagne. Forbrugerombudsmanden anfører endvidere, at bødemålingsskemaet til brug for udmåling af straf for overtrædelse af ÅOP-loftet og omkostningsloftet er mindre velegnet i sager mod ikke-finansielle virksomheder, da disse typisk har væsentligt lavere omsætninger end finansielle virksomheder (banker mv.) og vil kunne medføre lempelse af bødeniveauet i dag.

## Kommentar

*Lovforslagets bemærkninger indeholder en nærmere beskrivelse af, hvornår en overtrædelse kan anses for at være grov eller gentagen. En enkeltstående overtrædelse af ÅOP-loftet vil ikke være strafbar, såfremt overtrædelsen kan betegnes som en mindre overtrædelse, f.eks. fordi grænsen på 35 pct. kun netop er overskredet. Omvendt vil der kunne være forhold som gør, at også et enkeltstående tilfælde vil skulle betragtes som en grov overtrædelse og derfor bør sanktioneres med bøde. Det kan f.eks. være tilfældet, hvor en forbrugslånsvirksomhed indgår en forbrugerkreditaftale med årlige omkostninger på flere hundrede procent. Tilsvarende er enkeltstående tilfælde, hvor grænsen på 35 pct. er overskredet og forbrugslånsvirksomheden vidste eller burde vide det. Endvidere vil en forbrugslånsvirksomhed, som systematisk tilbyder forbrugerkreditaftaler, hvor de årlige omkostninger i procent overstiger 35 pct. kunne straffes efter den foreslåede bestemmelse.*

*Det vil bero på en konkret vurdering af om en fejl ved beregning af de årlige omkostninger i procent medfører, at der foreligger en grov eller gentagen overtrædelse af de nævnte bestemmelser, som kan medføre straf, når fejlen kan henføres til en fejl i f.eks. et IT-system.*

*Lovforslagets skema for bødeudmåling er baseret på det generelle skema for udmåling af bødestraf, jf. bemærkningerne til lov om finansiel virksomhed. Det tilsigtes herved, at overtrædelser skal medføre bødestraf på samme niveau som efter lov om finansiel virksomhed. Det bemærkes i den forbindelse, at pengeinstitutter også er forbrugslånsvirksomheder og omfattet af lovforslaget. Det foreslås, at det præciseres i lovforslagets bemærkninger, at anvendelsen af dette skema ikke må medføre bødestraf, der ligger under niveauet for lignende overtrædelser af markedsføringsloven.*

### **3.15. Ikrafttræden**

Dansk Industri, Finans & Leasing og Finans Danmark anfører, at virksomhederne har brug for mere tid til at implementere lovforslaget på grund af de væsentlige forretningsmæssige og IT-mæssige omstillinger. Loven bør som følge heraf først træde i kraft den 1. januar 2021.

Kreativitet & Kommunikation anmoder om, at ikrafttrædelsesdatoen ændres til tidligst den 1. januar 2021, fordi mange kampagner og reklamemateriale allerede nu vil være produceret, ligesom der allerede er booket dyr medieplads til konkrete kampagner. Dette vil i så fald kunne skabe yderligere urimelige økonomiske konsekvenser og store tab for de berørte virksomheder.

### **Kommentar**

*Det følger af den politiske aftale, at lovforslaget skal træde i kraft den 1. juli 2020, hvorfor forslaget ikke imødekommes.*

### **3.16. Forholdet til EU-retten**

Dansk Annoncørforening, Dansk Industri, Dansk Kredit Råd, Danske Medier, Dansk Erhverv, Finans & Leasing, Finans Danmark og Kreativitet & Kommunikation fremhæver betydningen af den konkurrenceforvridning, der sker ved indførelsen af et nationalt forbud, der for så vidt angår annoncering via internettet og online tjenester ikke vil gælde for erhvervsdrivende, der er etableret i et andet EU/EØS-land som følge af senderlandsprincippet i e-handelsloven.

Dansk Annoncørforening og Kreativitet & Kommunikation mener, at markedsføringsforbuddet strider mod den kommercielle ytringsfrihed,

Den Europæiske Menneskerettighedskonvention og Den Europæiske Unions charter om grundlæggende rettigheder. Dansk Annoncørforeninger henviser til, at bemærkningerne til lovforslaget ikke nævner, hvilke specifikke hensyn der er grundlaget for indskrænkelsen i den kommercielle ytringsfrihed og rummer derfor heller ikke en analyse, der sandsynliggør, at hensynet er faktisk baseret.

Dansk Annoncørforening anfører, at forslaget også skal leve op til direktivet om audiovisuelle medietjenester, ifølge hvilket yderligere krav, end dem der følger af direktivet, skal være objektivt nødvendige, de skal anvendes på en ikkediskriminerende måde, og de må ikke gå videre end nødvendigt for at nå de mål, der forfølges. Det er Dansk Annoncørforenings opfattelse forslaget går videre end nødvendigt, da forbuddet mod markedsføring i forbindelse med spil også rammer helt almindelige pengeinstitutter og ikke bare de digitale udbydere af kortsigtede forbrugslån uden sikkerhed i fast ejendom, som man fra politisk side ønsker at ramme. Det er derfor Dansk Annoncørforenings vurdering, at lovforslaget er i strid med direktivet om audiovisuelle medietjenester.

Dansk Kredit Råd mener, at lovforslaget er uforeneligt med EU-retten, dels fordi det diskriminerer danske udbydere af forbrugerkreditter, ligesom forslaget er udtryk for en overimplementering af erhvervsrettet EU-regulering.

Danske Medier anerkender, at det er en relevant betragtning, at direktivet om audiovisuelle medietjenester samt radio- og fjernsynslovgivningen ikke er til hinder for et markedsføringsforbud, men efterspørger en konkret stillingtagen til, om indgrebet står mål med formålet om at begrænse markedsføringen af kviklån.

Finans & Leasing anfører, at forslaget er i strid med hele tanken bag forbrugerkreditdirektivets artikel 4 om forbrugernes mulighed for gennemsigtighed om de priser, der udbydes til brug for kundens mulighed for at foretage prissammenligninger og dermed en effektiv priskonkurrence. Forslaget vil også ramme sammenligningssites og hindre dem i at give et samlet overblik over mulige lån (lån med ÅOP mellem 25 og 35 procent), hvilket ikke er i forbrugernes interesser.

TV 2 DANMARK A/S anfører, at AVMS-direktivet ligesom e-handels direktivet etablerer et afsendelandsprincip på området for TV og audiovisuelle medietjenester. Forbuddet mod markedsføring af visse forbrugslånsvirksomheder og kreditaftaler samt forbuddet mod markedsføring i forbindelse med spil og spiludbydere vil således som udgangspunkt alene have virkning for TV 2 DANMARK A/S, idet de øvrige kommercielle tv-stationer er etableret uden for DK. TV 2 DANMARK A/S henviser til, at

langt størstedelen af reklamerne for betting-virksomheder derfor har været vist på disse kanaler, hvilket kan have særlig betydning for effektiviteten af det foreslåede forbud mod markedsføring i forbindelse med spil og spiludbydere. TV 2 DANMARK A/S påpeger således en risiko for, at et særligt dansk forbud blot vil resultere i, at reklamer for de berørte forbrugslånsvirksomheder og kreditaftaler allokeres til tv-stationer uden for dansk jurisdiktion, og dermed sikrer lovgivningen ikke, at danskerne skjærmes mod den markedsføring, man har til hensigt at gøre ulovlig.

TV 2 DANMARK A/S opfordrer på den baggrund Erhvervsministeriet til at genoverveje, om indførelsen af et særligt dansk forbud på området må forventes at føre til det ønskede resultat.

### **Kommentar**

*I forhold til de anførte synspunkter om, at forbuddet vil kunne medføre en konkurrencefordel for forbrugslånsvirksomheder etableret i et andet EU- eller EØS-land end Danmark, bemærkes det, at det fremgår af den politiske aftale om et opgør med kviklån, som regeringen (Socialdemokratiet) indgik med Venstre, Dansk Folkeparti, Radikale Venstre, Socialistisk Folkeparti, Enhedslisten, Alternativet og Nye Borgerlige den 19. december 2019, at aftaleparterne er enige om, at der fra dansk side skal arbejdes aktivt for, at begrænsningen af markedsføringen af forbrugslån uden sikkerhed også kan komme til at gælde på EU-niveau. Det bemærkes videre, at ifølge EU-Domstolens faste retspraksis bevarer en medlemsstat retten til at træffe foranstaltninger over for en tjenesteyder, der er etableret i en anden medlemsstat, men hvis aktivitet udelukkende eller hovedsagelig er rettet mod førstnævnte medlemsstats territorium, såfremt etableringen har fundet sted med det formål at omgå den lovgivning, som tjenesteyderen ville være underlagt, hvis tjenesteyderen var etableret på førstnævnte medlemsstats territorium.*

*I forhold til lovforslagets forenelighed med EU-direktiver, konventioner og chartre, som finder anvendelse i Danmark, bemærkes det, at samtlige lovforslag, undergår myndighedernes vurdering af, hvorvidt lovforslaget er foreneligt med relevante direktiver, konventioner og chartre, inden de sendes i offentlig høring. Såfremt myndighederne i den forbindelse vurderer, at lovforslaget er foreneligt hermed, foretages der ikke en særskilt beskrivelse i lovforslagets bemærkninger heraf.*

*I forhold til effektiviteten af det foreslåede forbud mod markedsføring i relation til markedsføring på TV og on-demand audiovisuelle medietjenester bemærkes det, at der er hverken i direktivet om audiovisuelle medietjenester, eller i radio- og fjernsynslovgivningen, er fastsat regler om markedsføring af forbrugerkreditaftaler eller forbrugslånsvirksomheder.*

*Markedsføring af forbrugerkreditaftaler og forbrugslånsvirksomheder er således ikke et område, der er samordnet ved direktivet om audiovisuelle medietjenester. Direktivet er dermed ikke til hinder for af forbrugerbeskyttelseshensyn at indføre et dansk forbud mod markedsføring af forbrugerkreditaftaler eller forbrugslånsvirksomheder.*

*Det bemærkes videre, at forslaget også omfatter sammenligningssites, men at forbrugerne fortsat kan sammenligne priser, idet markedsføring af forbrugerkreditaftaler gerne må ske på forbrugslånsvirksomhedens forretningssted og på forbrugslånsvirksomhedens hjemmeside eller et system til brug for fjernsalg, som drives af forbrugslånsvirksomheden.*

*Det bemærkes, at markedsføringsforbuddet udgør et led i udmøntningen af den politiske aftale om et opgør med kviklån, som regeringen (Socialdemokratiet) indgik med Venstre, Dansk Folkeparti, Radikale Venstre, Socialistisk Folkeparti, Enhedslisten, Alternativet og Nye Borgerlige den 19. december 2019.*

### **3.17. Økonomiske og administrative konsekvenser for erhvervslivet**

Dansk Annoncørforening mener ikke, at lovforslagets vurdering af de økonomiske og administrative konsekvenser for erhvervslivet er retvisende.

Håndhævelse af forbuddet mod markedsføring af låneaftaler i forbindelse med markedsføring af spil vil betyde, at danske medier skal investere betragteligt i enten automatiserede eller manuelle processer, der kan gøre det muligt for dem at tilbyde lånevirkomheder som eksempelvis helt almindelige banker og sparekasser annoncepladser, som det vil være lovligt for dem at benytte, hvilket medfører administrative omkostninger over 4 mio. kr. årligt.

Endvidere henvises til, at det af lovforslaget fremgår, at de økonomiske konsekvenser for erhvervslivet kun vil ramme udlånsvirksomhederne. Foreningen gør opmærksom på, at forslaget ved at vanskeliggøre et rentabelt lånemarked og ved at pålægge markedsføringsbegrænsninger med stor sandsynlighed vil føre til et fald i lånevirkomhedernes medieinvesteringer, hvilket vil påføre danske medier et økonomisk tab.

Danske Medier anfører, at det foreslåede forbud mod markedsføring af kreditaftaler i forbindelse med markedsføring af spil eller spiludbydere er meget vidtgående og stiller uforholdsmæssige krav til såvel annoncører som medier i de tilfælde, hvor der sker annoncering af de pågældende ydelser og brands. Danske Medier gør således gældende, at forslaget i

praksis vil vælte hele ansvaret over på medieplatformene, der vil skulle anvende et uforholdsmæssigt ressourceforbrug i et forsøg på at undgå overtrædelser af markedsføringsforbuddet.

TV2 DANMARK A/S oplyser, at for TV 2 DANMARK A/S vil kunne administrere det foreslåede forbud mod markedsføring i forbindelse med spil og spiludbydere, vil de være tvunget til manuelt at gennemgå alle reklameblokke og eventuelle programsponsorater, ikke kun i forbindelse med den konkrete udsendelse, men også i forbindelse med eventuelle optaksprogrammer m.m., der tidsmæssigt kan være placeret lang tid før ”hovedudsendelsen”. TV 2 DANMARK A/S anbefaler således, at omfanget af forbuddet mod markedsføring af forbrugerlånsvirksomhed og kreditaftaler i forbindelse med markedsføring af spil og spiludbydere genovervejes, idet forbuddet i den foreslåede udformning vil medføre ganske betydelige utilsigtede håndteringsvanskeligheder samt have betydelige økonomiske og administrative konsekvenser for TV 2 DANMARK A/S.

### **Kommentar**

*Det bemærkes, at lovforslaget er målrettet forbrugslånsvirksomheder og andre, der markedsfører forbrugerkreditaftaler, og ikke danske medier. Det påhviler således den enkelte forbrugslånsvirksomhed at sikre sig, at der ikke købes reklametid eller sker anden markedsføring i forbindelse med markedsføring af spil eller spiludbydere. Hvordan dette gøres i praksis, vil være op til den enkelte forbrugslånsvirksomhed.*

*Lovforslaget medfører således, at de omfattede virksomheder skal tilpasse deres forretningsmodeller samt interne forretningsgange. Dette forhold er blevet vurderet af Erhvervsstyrelsens Område for Bedre Regulering, som har vurderet, at de administrative konsekvenser forbundet hermed vil være under 4 mio. kr.*

*Lovforslaget vil dog indirekte kunne medføre administrative byrder for danske medier, i det omfang danske medier eksempelvis vil ændre deres sagsgange for at kunne sælge reklameplads til forbrugslånsvirksomheder, som vil undgå at overtræde de foreslåede markedsføringsforbud.*

### **3.18. Øvrige spørgsmål**

Finans & Leasing finder, at pantelånere bør være omfattet af lov om forbrugslånsvirksomheder, i det omfang de udbyder kreditaftaler omfattet af kreditaftaleloven. Finans & Leasing støtter endvidere, at reglerne om et ÅOP-loft finder anvendelse på privatpersoners udlån. Organisationen

finder dog, at det bør overvejes, at alle de øvrige beskyttelsesregler, der findes i lovgivningen, herunder kreditaftaleloven, også bør gælde for disse.

Forbrugerrådet Tænk finder, at det er væsentligt at kunne følge udviklingen på markedet for forbrugslån, herunder eventuelle omgåelser og nye tendenser på markedet. Derfor er det vigtigt, at der sikres adgang til data om markedsudviklingen.

Konkurrencerådet anfører, at såfremt forslaget om et ÅOP-loft vedtages, vil betækningsperioden i kreditaftaleloven være overflødig og bør som følge heraf udgå af loven

Radio- og tv-nævnet bemærker, at der i radio- og fjernsynslovens § 76 er der henvisninger til særlove ved særforbud og mener derfor, at der bør ske en tilføjelse til radio- og fjernsynslovens § 76, såfremt forslaget om Lov om ændring af lov om forbrugslånsvirksomheder, lov om markedsføring og lov om finansiel virksomhed vedtages som fremsat.

## **Kommentar**

*Den gældende regulering medfører, at pantelånervirksomheder er omfattet af lov om forbrugslånsvirksomheder, i det omfang de udbyder kreditaftaler omfattet af kreditaftaleloven. Det har imidlertid ikke været intentionen, at pantelånsvirksomhed skulle omfattes af lov om forbrugslånsvirksomheder.*

*Det skyldes, at det indebærer en uhensigtsmæssig dobbeltregulering af pantelånervirksomhed. Den gældende regulering medfører således, at pantelånervirksomheder både skal have en bevilling hos politiet og en tilladelse af Finanstilsynet. Pantelånervirksomheder er desuden både under tilsyn af politiet og af Finanstilsynet. Denne retstilstand risikerer at skabe tvivl om, hvilke regler, der gælder i en given situation, og hvem der fører tilsyn hermed. Det er utilsigtet og samtidig som nævnt uhensigtsmæssigt, hvorfor det foreslås, at pantelånsvirksomhederne ikke fremadrettet skal være omfattet af lov om forbrugslånsvirksomheder.*

*I forlængelse heraf skal det understreges, at der allerede i loven om handel med brugte genstande samt pantelånervirksomhed er regler, som beskytter den forbruger, der optager pantelån, mod urimelige priser og omkostninger. En pantelåner må ikke oppebære højere rente af udlånte beløb end 1,5 procent pr. måned (19 procent pr. år) og heller ikke herudover pålægge pantsætterten omkostninger.*

*Lovforslaget vil derfor blive justeret, så plantelånervirksomhed ikke er omfattet af lov om forbrugslånsvirksomheder.*

*Det vurderes, at det er tilstrækkeligt, at de foreslåede regler om et ÅOP-loft og et omkostningsloft også skal gælde for privatpersoner. Herved sikres mulighed for at gribe ind over for privatpersoner, der låner ud til andre privatpersoner med et urimeligt højt omkostningsniveau.*

*Det følger af den politiske aftale, at lovforslaget skal evalueres et år efter ikrafttræden. Erfaringerne med lovforslaget, herunder hvorvidt forslaget vil bevirke en overflødiggørelse af betækningsperioden i kreditaftaleloven, vil indgå i denne evaluering.*

*Det følger af lov om forbrugslånsvirksomheder, at virksomheder med tilladelse efter denne lov årligt skal indberette en række oplysninger om de ydede kreditaftaler til Finanstilsynet. Finanstilsynet vil offentliggøre aggregerede tal på området. Det kan f.eks. være oplysninger om antallet af indgående forbrugslånsaftaler i forskellige intervaller og oplysninger om, hvor mange af disse lån, der misligholdes.*

*Nærværende lovforslag regulerer ikke medievirksomhed. Udbydere af fjernsyn, on-demand audiovisuelle medietjenester og radio er undergivet reglerne i reklamebekendtgørelsen, der bl.a. indebærer, at reklamer skal være i overensstemmelse med markedsføringsloven. Markedsføringsloven har dermed betydning, når der udsendes reklamer i fjernsyn, on-demand audiovisuelle medietjenester og radio, hvorved nærværende lovforslag kan have en afledt effekt for medievirksomheder. I radio- og fjernsynslovens § 76 er der henvisninger til særlove ved særforbud i forhold til reklamer. Kulturministeriet har oplyst, at ministeriet har noteret Radio- og tv-nævnets bemærkninger.*

#### **4. Oversigt over hørte organisationer, myndigheder m.v.**

Der henvises til vedlagte høringsliste.

**Følgende organisationer, myndigheder m.v. har haft bemærkninger til lovforslaget:**

Dansk Annoncørforening  
 Dansk Erhverv  
 Dansk Kredit Råd  
 Danske Medier  
 Dansk Industri  
 Finansforbundet  
 Finans Danmark  
 Finans & Leasing



Finanssektorens Arbejdsgiverforening  
Forbrugerombudsmanden  
Forbrugerrådet TÆNK  
Konkurrencerådet  
Kreativitet & Kommunikation  
Radio- og tv-nævnet  
Rådet for Socialt Udsatte  
TV 2 Danmark A/S