



INSPIRATIONSPUNKTER
[KUN DET TALTE ORD GÆLDER]

8. marts 2017

**Samråd i ERU den 23. marts 2017 – Spørgsmål G-H stillet
efter ønske fra Karin Gaardsted (S)**

[Indledning]

- Tak for invitationen til dette samråd i dag om forslaget til en ny markedsføringslov.
- Jeg er blevet stillet to samrådsspørgsmål, som begge vedrører de oplysninger, der skal gives til forbrugerne ved et kreditkøb.
- Jeg vil indledningsvist sige, at vi i regeringen har fokus på kun at opretholde national særregulering, når det er strengt nødvendigt. Nationale særregler kan være til skade for konkurrencen, og dermed i sidste ende også til skade for forbrugerne.
- Dernæst mener jeg også, at det er fornuftigt at sanere i nogle af de oplysningsforpligtelser, som fremgår af flere forskellige regelsæt.
- Det er bebyrdende for vores erhvervsliv at skulle orientere sig om de samme oplysningsforpligtelser i flere forskellige regelsæt. Og det giver ikke nødvendigvis en højere forbrugerbeskyttelse at have overlappende regler.

- Men det vil jeg redegøre nærmere for under besvarelsen af de to stillede samrådsspørgsmål, som jeg nu vil besvare:

Ad spørgsmål [G]: Hvilke konsekvenser mener ministeren det vil få for forbrugerne, at en forbruger ved overvejelser om kreditkøb af et produkt i en forretning fremover ikke vil kunne se i forretningen, hvilke kreditomkostninger der er forbundet med optagelse af lån gennem den låneudbyder, som forretningen samarbejder med, hvorved forbrugerne heller ikke vil kunne vurdere den samlede lånefinansierede pris for varen, og vil den manglende gennemsigtighed om finansieringsomkostninger ikke gøre det sværere for forbrugeren at sammenligne mellem forskellige kreditaftaler før de indgås, herunder om et køb mest fordelagtigt finansieres gennem forretningens kreditsamarbejdspartner eller via lån i f.eks. et pengeinstitut.

- Spørgsmål G vedrører forbrugernes mulighed for at orientere sig i kreditomkostningerne, inden de optager et lån. Jeg formoder, at spørgsmålet er stillet, fordi vi sammen med lovforslaget også vil ophæve skiltningsbekendtgørelsen.
- Skiltningsbekendtgørelsen indeholder de såkaldte skiltningsregler for ikke-finansielle virksomheder. Bekendtgørelsen har hjemmel i markedsføringsloven.

- Baggrunden for ophævelsen er, at markedsføringsloven i sig selv sikrer forbrugerne den nødvendige – og i vid udstrækning samme – beskyttelse som skiltningsbekendtgørelsen. Her tænker jeg blandt andet på markedsføringslovens regler om *vildledende markedsføring* og om *oplysningspligt ved købsopfordringer* og ved *markedsføring af kreditaftaler*.
- Den helt håndgribelige konsekvens af at ophæve skiltningsbekendtgørelsen er, at de ikke-finansielle virksomheder ikke længere har pligt til at have det skilt i deres forretning eller på hjemmesiden, der viser standard-eksempler på, hvad et lån koster.
- Men den slags oplysninger, som står på det her skilt om blandt andet ÅOP eller lånets løbetid, skal virksomheden alligevel give til forbrugeren i en mere konkret og relevant form, så snart forbrugeren forhører sig om et konkret lån.
- Forbrugeren skal også have disse oplysninger, så snart virksomheden oplyser om en rentesats, den månedlige ydelse, gebyrer eller andre omkostninger ved lånet. Det kan f.eks. være på skiltet i bilens forrude eller på et skilt på en sofa i en møbelbutik, hvor der oplyses om, at sofaen kan købes på afbetaling for 500 kr. om måneden.

- Det følger af andre bestemmelser i markedsføringsloven og kreditaftaleloven.
- De nævnte regler i markedsføringsloven gennemfører i øvrigt totalharmoniseringsdirektiver fra EU, mens skiltningens bekendtgørelsen indeholder nationale særregler.
- Et flertal i Markedsføringslovsudvalget har vurderet, at bekendtgørelsen er udtryk for dobbeltregulering, der beyrder danske erhvervsdrivende unødigt i forhold til den reelle forbrugerbeskyttelse, som bekendtgørelsen bidrager med.
- Konkret har flertallet i udvalget – et flertal som Forbrugerombudsmanden er en del af – anbefalet, at skiltningens bekendtgørelsen ophæves. Den flertalsanbefaling har vi valgt at følge.
- Jeg noterer mig desuden, at anbefalingen er i fuld overensstemmelse med intentionen i udvalgskommissoriet, som det blev fastlagt under den tidligere S-R regering. Udvalget fik her til opgave at minimere byrderne for erhvervslivet, under hensyntagen til de EU-retlige rammer, forbrugerbeskyttelsen og velfungerende markeder.

- I forhold til de konsekvenser, som ophævelsen kan få for forbrugerne, så mener jeg, at forbrugerne med forslaget til en ny markedsføringslov er tilstrækkeligt beskyttede og får de oplysninger, de har brug for.
- Jeg har taget en grafisk fremstilling med, som viser eksempler på de oplysninger, som forbrugerne skal have efter henholdsvis skiltningsbekendtgørelsen og den foreslåede markedsføringslov. Det viser også, hvordan forbrugeren præsenteres for oplysningerne [Bilag A runddeles].
- Man kan for eksempel se, at skiltningsbekendtgørelsen gør, at bilforhandleren skal have et skilt med *standard-låneoplysninger* hængende et sted i forretningen, f.eks. ved butiksdøren. Den foreslåede § 18 i markedsføringsloven medfører, at bilforhandleren skal give *repræsentative låneoplysninger* et sted, hvor man umiddelbart får øje på dem, f.eks. på skiltet i bilens forrude.
- Man kan også se, at låneudbydere på internettet giver de repræsentative låneoplysninger efter markedsføringsloven på hjemmesidens forside. Standardlåneoplysningerne efter skiltningsbekendtgørelsen får man typisk ved at klikke om på en af hjemmesidens undersider.

- I praksis vil forbrugeren derfor – i god tid inden der indgås en låneaftale – blive oplyst om kreditomkostningerne, som fx renten, ÅOP, ydelsernes størrelse, omkostningerne ved lånet og det samlede beløb, som forbrugeren skal betale.
- Jeg mener derfor, at markedsføringsloven yder forbrugeren en tilstrækkelig beskyttelse og sikrer de oplysninger, de skal bruge, når de sammenligner kreditaftaler. Samtidig letter vi erhvervslivet for bebyrdende dobbeltregulering.

Ad spørgsmål [H]: Ministeren bedes redegøre for, hvilke markedsføringsregler for henholdsvis finansielle og ikke finansielle kreditudbydere, der gælder efter ophævelse af skiltningsbekendtgørelsen, herunder på hvilke områder, der vil gælde forskellige markedsføringsregler for finansielle og ikke finansielle kreditudbydere, og om ministeren vurderer det hensigtsmæssigt med forskellige regelsæt.

- Jeg bevæger mig nu videre til besvarelsen af det næste spørgsmål. I spørgsmål H er jeg blevet bedt om at redegøre for de markedsføringsregler, der gælder for henholdsvis de finansielle og de ikke-finansielle virksomheder. Der er også blevet spurgt til, om jeg mener, at det er hensigtsmæssigt med forskellige regelsæt.

- Det er et noget teknisk spørgsmål, men jeg skal gøre mit bedste for at forklare det på en nogenlunde overskuelig måde. Jeg har taget en oversigt med, som illustrerer, hvornår de forskellige regler finder anvendelse. Den vil nu blive runddelt [Bilag B runddeles].
- *Skiltningsbekendtgørelsen*, som vi foreslår ophævet, omfatter de ikke-finansielle virksomheder, mens de finansielle virksomheder er omfattet af *prisoplysningsbekendtgørelsen*, som er udstedt i medfør af lov om finansiel virksomhed. Både de finansielle og de ikke-finansielle virksomheder skal desuden overholde markedsføringslovens oplysningsforpligtelser ved markedsføring af kreditaftaler.
- Det betyder, at når skiltningsbekendtgørelsen bliver ophævet, så vil de ikke-finansielle virksomheder alene være omfattet af *markedsføringsloven*, herunder reglerne om vildledende markedsføring og de særlige regler om oplysningspligt ved købsopfordringer og ved markedsføring af kreditaftaler.
- De finansielle virksomheder vil stadig både være omfattet af *prisoplysningsbekendtgørelsen* og af *markedsføringslovens* regler om vildledende markedsføring og om oplysningspligt ved markedsføring af kreditaftaler.

- Jeg mener, at det vigtige er, at vi har markedsføringsregler, der sikrer forbrugerne de oplysninger, de har brug for, når de skal beslutte sig for at optage et lån. Dette gælder uanset, om lånet optages gennem en finansiel eller en ikke-finansiel virksomhed.
- Det er også vigtigt, at virksomhederne kan danne sig et overblik over, de regler, som de skal følge. Og derfor mener jeg også, at vi bør gøre op med dobbeltregulering, der ikke giver mening.
- Som nævnt, ophæves skiltningsbekendtgørelsen efter en anbefaling fra et bredt flertal i Markedsføringslovsudvalget. Et flertal som Forbrugerombudsmanden var med i.
- Med dette lovforslag har vi – ligesom Markedsføringslovsudvalget havde det – på dette punkt fokus på de *ikke-finansielle* virksomheders kreditmarkedsføring.
- Vi kan jo ikke lave alt på en gang. Og det vi foreslår med dette lovforslag er en forenkling, som vil være et fremskridt på området for de ikke-finansielle kreditudbydere.
- Vi vil i det kommende år følge op og sætte fokus på reglerne for de *finansielle* virksomheder, herunder pris-

oplysningsbekendtgørelsen, som led i det af regeringen annoncerede eftersyn af den finansielle regulering.

- Og hvis forholdene omkring prisoplysningsbekendtgørelsen kan fuldt sammenlignes med det, som vi kan se gælder for skiltningsbekendtgørelsen, så vil regeringen anlægge den samme linie som er lagt her med henblik på at fjerne unødvendig dobbeltregulering for de finansielle virksomheders kreditmarkedsføring. Det vil jeg gerne forsikre udvalget om.

[Afrunding]

- Afslutningsvis vil jeg gerne understrege, at jeg mener, at vi med dette lovforslag får en markedsføringslov, der indeholder et fair regelsæt både for forbrugerne og for de erhvervsdrivende.
- De samrådsspørgsmål vi har behandlet i dag, har omhandlet nogle af de regler, vi har forslået ophævet, fordi det er blevet vurderet, at de er udtryk for unødvendig dobbeltregulering.
- Det er vigtigt for regeringen, at vi har gode rammer for en fair og lige konkurrence. Deri ligger blandt andet, at vi ikke underlægger vores virksomheder unødvendige nationale særregler, som deres udenlandske konkurrenter ikke skal overholde.

- På den måde kan færre nationale særregler være med til at sikre en bedre konkurrence, hvilket i sidste ende også gavner forbrugerne.
- Jeg vil også gerne understrege, at vi har en forpligtelse til at sikre, at forbrugerne får de nødvendige oplysninger. Men jeg mener samtidigt også, at vi har en forpligtelse til at forholde os en smule kritisk til mængden af oplysninger og tankegangen om, at jo flere oplysninger jo bedre.
- Både for at gøre det enklere at være forbruger og for at mindske byrder for virksomhederne.
- Jeg mener, at den information der skal gives, skal være nødvendig, operativ og præcis – samtidig med, at vi opretholder et højt forbrugerbeskyttelsesniveau.
- Den balance mener jeg, at dette lovforslag er et udtryk for.
- Tak for ordet.