

24. august 2016

Til
Konkurrence- og forbrugerstyrelsen
Att.: chefkonsulent Susanne Aamann, saa@kfts.dk

Udkast til ny markedsføringslov

Konkurrence- og forbrugerstyrelsen har udsendt udkast til ny markedsføringslov i høring, og Finans og Leasing skal i den forbindelse bemærke følgende:

Det fremgår på side 325-27, at et flertal af udvalget foreslår skiltningsbekendtgørelsen ophævet. Finans og Leasing støtter dette forslag ud fra de bevæggrunde, som allerede er nævnt i lovforslaget.

Skiltningsbekendtgørelsen gælder for finansieringsselskaber og butikker. Som det fremgår af note 170 gælder der næsten tilsvarende skiltningsbestemmelser for banker i en bekendtgørelse udstedt på Finanstilsynets område.

Mange af Finans og Leasings medlemmer er banker, som afsætter deres produkter via butikker/bilforhandlere m.v. I det tilfælde skal banken gå frem efter Finanstilsynets regelsæt hvad angår skiltning på bankens egen hjemmeside, mens skiltningen med bankens produkter i en butik, der formidler bankens finansieringstilbud, skal ske efter regelsættet udstedt af Konkurrence- og forbrugerstyrelsen.

Finans og Leasing forudsætter derfor, at begge sæt skiltningsregler ophæves, idet det ellers ikke vil give det ønskede resultat, og idet det ellers vil skabe uéns oplysningsforpligtelser afhængig af, om man er bank eller finansieringsselskaber. Dermed vil en af de betænkeligheder, som mindretallet nævnt på side 326 giver udtryk for, også være løst.

Mindretallet anfører, at skiltningsbekendtgørelsen sikrer forbrugerne mulighed for at sammenligne forskellige kreditaftaler. Det er Finans og Leasings opfattelse, at dette hensyn fuldt ud varetages af markedsføringslovens § 14 a og kreditaftalelovens oplysningsforpligtelser. Begge oplysningskrav er baseret på det nugældende forbrugerkreditdirektiv fra 2008 og har netop til formål at danne grundlag for forbrugerens prissammenligning. Ved markedsføringen af et lån skal der gives en lang række oplysninger herunder om debitorrenten, ÅOP og de samlede kreditomkostninger. Endvidere har forbrugeren krav på efter kreditaftaleloven at få udleveret såkaldt prækontraktuelle oplysninger præcist målrettet forbrugerens ønskede lån (beløbsstørrelse, løbetid m.v.). Dette giver mulighed for prissammenligning præcist ud fra forbrugerens præferencer, mens skiltningsreglerne har opstillet fiktive standardprodukter, som ikke passer på forbrugerens konkrete præferencer.

Finans og Leasing

Interesseorganisation for danske finansieringsselskaber

Mindretallet har endvidere anført, at en ophævelse af prisskiltningssreglerne vil betyde, at ”markedsføring, der ikke indeholder oplysninger om pris eller talstørrelser, alene vil være reguleret af bestemmelserne om god skik og vildledning”. Det er for så vidt korrekt, men også misvisende, idet det allerede gælder i dag og ophævelse af skiltningssreglerne ikke ændre her på. Det skyldes, at prisskiltningssreglerne ikke skal opfyldes i selve reklamen (fx avisannonce, radio/Tv-indslag m.v. for et lån men er et statisk prisblad, som skal ligge tilgængeligt i fysiske butikker og på bankers hjemmesider. Hertil kommer at det er utænkeligt, at der ikke vil være prisoplysninger på konkrete lånetilbud i butikker/bankers hjemmesider, og i den forbindelse vil ligesom i dag gælde kravet i § 14 a om at give den ovenfornævnte række af oplysninger herunder ÅOP. Så der opstår ganske simpelt ikke noget ”hul” ved at fjerne skiltningssreglerne, som mindretallet ellers har søgt det fremstillet. De danske skiltningssregler har siden 2008, hvor området er blevet harmoniseret i forbrugerkreditdirektivet, kort sagt været overflødig dobbeltregulering.

Bestemmelserne er endvidere totalharmoniseret, hvorfor det er Finans og Leasings opfattelse, at Danmark ikke må opretholde de eksisterende nationale prisoplysningsbekendtgørelser, som regulerer samme område. Det er i direkte strid med totalharmoniseringsprincippet, hvorfor skiltningssreglerne alene af den grund skal ophæves.

Med venlig hilsen

Christian Brandt