

Ny bekendtgørelse om god skik for forbrugerlånsvirksomheder sendt i høring

Finanstilsynet har den 26. april 2019 sendt udkast til bekendtgørelse om god skik for forbrugslånsvirksomheder ("**bekendtgørelsen**") i høring. Bekendtgørelsen forventes at træde i kraft den 1. juli 2019. NJORDs bank og finans afdeling giver dig her et overblik over det nærmere indhold af bekendtgørelsen og et bud på fortolkningen af dele heraf.

Baggrunden for en ny bekendtgørelse

Den 1. juli 2019 træder lov om forbrugerlånsvirksomheder i kraft, hvilket bl.a. indebærer, at forbrugerlånsvirksomheder skal have tilladelse hos Finanstilsynet og underlægges en række forbrugerbeskyttende regler.

Bekendtgørelsen har hjemmel i § 7, stk. 2 i lov om forbrugerlånsvirksomheder, som angiver, at erhvervsministeren kan fastsætte nærmere regler om redelig forretningsskik og god praksis for forbrugerlånsvirksomheder og om prisoplysninger for kreditaftaler. Bekendtgørelsen skal grundlæggende bidrage til et velfungerende finansielt marked, herunder sikre kundernes tillid til markedet og de pågældende forbrugerlånsvirksomheder.

Hvad indebærer god skik?

Den overordnede hovedregel i bekendtgørelsen er, at forbrugerlånsvirksomheder skal handle redeligt og loyalt over for sine kunder. Bestemmelsen er identisk med den nuværende § 3 i bekendtgørelse om god skik for finansielle virksomheder ("**god skik bekendtgørelsen**"). I forarbejderne til § 3 i god skik bekendtgørelsen fremgår det, at bestemmelsen pålægger en tilrettelæggelse af virksomheden således, at kunden gives mulighed for at træffe sit valg på et velinformeret grundlag. Det må formodes, at bekendtgørelsens § 3 skal fortolkes i overensstemmelse hermed.

Denne hovedregel finder dog ikke anvendelse, såfremt der er tale om forhold omfattet af forbrugerlånsvirksomhedens handelspraksis, som påvirker forbrugernes økonomiske interesser.

"Handelspraksis" er i bekendtgørelsen defineret som: *"en handling, undladelse, adfærd, fremstilling eller kommerciel kommunikation, herunder reklame og markedsføring, foretaget af en erhvervsdrivende med direkte relation til promovering, salg eller udbud af et produkt til forbrugerne"*.

Påvirker pågældende handelspraksis forbrugernes økonomiske interesser, finder reglerne i bekendtgørelsens kapitel 3 i stedet anvendelse, hvorefter virksomheden bl.a. skal udvise "god erhvervsskik". Bestemmelsen er identisk med markedsføringslovens ("**MFL**") § 4. Ifølge forarbejderne til MFL § 4 skal god erhvervsskik forstås som standarden for de særlige færdigheder og den omhu, som en erhvervsdrivende med rimelighed kan forventes at udvise over for forbrugerne, og som skal stå i et rimeligt forhold til hæderlig markedspraksis eller det generelle princip om god tro inden for den erhvervsdrivendes virkefelt.

Det er ikke yderligere specificeret, hvornår der er tale om en sådan "påvirkning" af forbrugernes økonomiske interesser, at reglerne i kapitel 3 skal efterleves. Endvidere er det ikke nærmere angivet, hvem der skal foretage denne afvejning hvilket efterlader derfor tvivl, hvad angår denne bestemmelse. Endvidere synes definitionen af "handelspraksis" at have et så bredt anvendelsesområde, at det kan være svært at forestille sig tilfælde – andet end rent administrative forhold –, der ikke er omfattet af kapitel 3.

Bekendtgørelsen åbner endvidere op for, at både § 3, stk. 1 og kapitel 3 i visse tilfælde vil finde anvendelse.

Aggressiv og vildledende handelspraksis

Bekendtgørelsens kapitel 3 rummer yderligere et forbud mod vildledende handelspraksis i form af handlinger og undladelser samt et forbud mod aggressiv handelspraksis.

Det er værd at bemærke, at de pågældende bestemmelser i det væsentligste svarer til MFL, hvorfor det kan være relevant at se nærmere på forarbejderne til MFL.

Det fremgår bl.a. af forarbejderne, at en handelspraksis kan vildlede eller forventes at være vildledende, hvis virksomheden fremstiller faktuelte korrekte oplysninger på en vildledende måde, eller hvis en myndighedsgodkendelse fremhæves som noget særligt ved virksomheden, selvom det er et alment krav.

For så vidt angår aggressiv markedsføring fremgår det af forarbejderne, at der ved vurderingen bl.a. skal tages hensyn til:

1. tidspunkt, sted, karakter, vedholdenhed,

2. brug af truende eller utilbørligt sprog eller adfærd,
3. udnyttelse af en konkret uheldig situation/omstændighed,
4. trussel om ulovlige handlinger (f.eks. foranledning til at betale ved at true med inkasso), samt
5. om den erhvervsdrivende opstiller byrdefulde og uforholdsmæssigt omfattende hindringer, når forbrugeren ønsker at udnytte sine rettigheder.

Førend der foreligger en overtrædelse af bekendtgørelsen, skal den pågældende handelspraksis væsentligt forvride eller forventes at forvride den økonomiske adfærd hos gennemsnitsforbrugeren. Bestemmelsen er identisk med MFL § 8, og ifølge forarbejderne til denne skal den pågældende handelspraksis forventes at kunne foranledige gennemsnitsforbrugeren til at træffe en transaktionsbeslutning, som denne ellers ikke ville have truffet – det er dog værd at bemærke, at det ikke er et krav, at der faktisk er sket en forvridding.

Markedsføring, indgåelse og ændring af kreditaftaler

Bekendtgørelsen § 10 omhandler markedsføring af kreditaftaler og angiver en række standardoplysninger, som markedsføringsmateriale, rettet til forbrugere, skal indeholde – f.eks. det samlede kreditbeløb.

Bekendtgørelsens § 11 omhandler derimod indgåelse og ændring af kreditaftaler og angiver, hvordan en sådan aftale indgås, og under hvilke omstændigheder aftalen kan ændres. Det fremgår bl.a. af bestemmelsen, at kreditaftalen skal indeholde en beskrivelse af parternes væsentlige rettigheder og pligter. Der er derfor ikke tale om en udtømmende opregning men udelukkende en opregning af de væsentligste.

Det fremgår endvidere af bestemmelsen, at såfremt der ved aftalens indgåelse er ydet individuel rådgivning, skal væsentlige forudsætninger nedfældes i aftalen eller i et bilag hertil. Det er ikke nærmere beskrevet, hvad der skal forstås ved "væsentlige forudsætninger", hvorfor det kan være relevant at se nærmere på vejledningen til god skik bekendtgørelsen, der indeholder en stort set identisk bestemmelse. I vejledningen til god skik bekendtgørelsen fremgår det, at der ved "væsentlige forudsætninger" skal forstås de særlige forudsætninger for kunden, der i rådgivningen har været så afgørende, at de har været bestemmende for aftalens indgåelse eller nærmere indhold.

Opsummering

Ser man på de enkelte bestemmelser i bekendtgørelsen, er mange af bestemmelserne identiske med bestemmelser i henholdsvis MFL og god skik bekendtgørelsen for finansielle virksomheder.

At dette har været hensigten, gives også til kende i Finanstilsynets høringsbrev, hvoraf det fremgår, at bestemmelserne i bekendtgørelsen svarer til, hvad der gælder for øvrige finansielle virksomheder. Det vil derfor virke nærliggende, at de pågældende bestemmelser skal fortolkes i overensstemmelse med disse stort set identiske bestemmelser. Det synes ligeledes ikke oplagt, at forbrugerlånsvirksomheder skulle behandles væsentligt anderledes end de øvrige finansielle virksomheder.

Det er dog vigtigt at have for øje, at bekendtgørelsen endnu ikke er trådt i kraft, hvorfor der endnu kan ske ændringer på baggrund af de modtagne høringssvar. Vi må derfor afvente den endelige ikrafttrædelse samt den efterfølgende praksis for at se, hvilken fortolkning der reelt skal lægges til grund.