



Erhvervsudvalget
ERU alm. del - Bilag 128
Offentligt

Folketingets Erhvervsudvalg
Christiansborg
DK-1240 København K
MODTAGET

- 4 FEB. 2009 9²⁰

Den Centrale Indlevering

4. februar 2009

Sag 08/04781-48

**Retningslinjer for markedsføring af kortfristede eller mindre lån
indgået som fjernsalgsaftaler**

Forhandlingerne om de såkaldte SMS-lån er nu afsluttet, og jeg har i dag
her til morgen offentliggjort resultatet af disse forhandlinger.

Til udvalgets orientering vedlægger jeg et eksemplar af de nye retnings-
linjer samt pressemeddelelsen.

Med venlig hilsen


Henrik Øe

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Amagerfælledvej 56
2300 København S

Tlf. 32 66 90 00

Fax 32 66 90 45

CVR-nr. 10 29 48 19

forbrugerombudsmanden@fs.dk
www.forbrugerombudsmanden.dk

**ØKONOMI- OG
ERHVERVSMINISTERIET**

Medlem af International Consumer
Protection & Enforcement Network
(ICPEN)
www.icpen.org

Forbrugerstyrelsen varetager
Forbrugerombudsmandens
sekretariatsopgaver

Pressemeddelelse

Enighed om markedsføring af kortfristede lån (sms-lån)

Små lån med kort løbetid har i 2008 været i Forbrugerombudsmandens søgelys. Nu er markedsføringen af lånene, der typisk indgås via SMS og på internettet, kommet i mere faste rammer - Forbrugerombudsmandens forhandling med branchen om retningslinjer på området har båret frugt.

De såkaldte SMS-lån har i flere år givet anledning til problemer i navnlig Sverige og Finland, og de hurtige, men potentielt dyre lån har nu i længere tid også været udbudt på det danske marked. Med vedtagelsen af retningslinjerne er der nu taget skridt til få fastlagt reglerne for markedsføringen af disse lån og sikre, at forbrugerne får den viden, som de har brug for til at vurdere et sådant lån.

De nye retningslinjer, hvis fulde navn er "Markedsføring af kortfristede eller mindre lån indgået som fjernsalgsaftaler", træder i kraft den 1. marts 2009 og indeholder bl.a. en præcisering af reglerne vedrørende:

- **markedsføringen**, som skal overholde "god skik".
- **aftaleindgåelsen**, herunder at alle bebyrdende aftalevilkår skal fremgå af selve korrespondancen på fx sms med forbrugeren,
- oplysninger på **prisen** på lånet og angivelse af årlige omkostninger i procent (ÅOP),
- øvrige **oplysningskrav** inden aftalens indgåelse,
- procedure for **sikker identifikation** af låntager,
- passende **kreditvurdering** således, at låneaftalen kan indgås på et forsvarligt og informeret grundlag, og at der ikke medvirkes til gældsstiftelse, som kan anses for klart uforsvarlig,
- **vejledning** om långivers egne produkter, vilkår og priser, og
- **fortrydelsesretten**, herunder de maksimale beløb der kan opkræves ved fortrydelse.

Samtidig forventer Forbrugerombudsmanden at modtage kvartårlige indberetninger fra sms-låneudbydere om omfanget og karakteren af de lån, som udbydes, herunder andelen af misligholdte lån.

Forbrugerombudsmand Henrik Øe er meget tilfreds med resultatet.

- Jeg glæder mig over, at det er lykkedes at nå til enighed om retningslinjer på dette vanskelige område. Erfaringen fra andre nordiske lande har vist, at de hurtige lån skal omgås med varsomhed, udtaler han.

Henrik Øe mener, at retningslinjerne vil være et brugbart instrument til at føre tilsyn med sms-lånene:

- Retningslinjer for området er med til at sikre, at udbydere overholder markedsføringsreglerne og giver forbrugerne den nødvendige information. Endvidere får jeg bedre mulighed for hurtigt at hjælpe forbrugerne, hvis reglerne ikke bliver overholdt, udtaler han.

Forbrugerombudsmanden tog i foråret 2008 som led i en forebyggende indsats kontakt til de relevante organisationer mv. med henblik på forhandling af retningslinjer.

Retningslinjerne gælder for udbydere af

- kortfristede kreditaftaler med en løbetid på indtil tre måneder.

Retningslinjerne finder også anvendelse på kreditaftaler uanset disses løbetid,

- hvor det samlede beløb, der skal betales, ikke overstiger 1.500 kr. samt på
- kreditaftaler med variabelt lånebeløb, hvor det samlede beløb, der skal betales ved fuld udnyttelse af kontoen, ikke overstiger 1.500 kr.,

I alle tilfælde er det en forudsætning for anvendelsen af retningslinjerne, at aftalen indgås som en fjernsalgsaftale.

Lovgivningen indeholder ikke hjemmel til at fastsætte loft over renten på sms-lån, og dette spørgsmål er ikke indgået i forhandlingerne.

De nye retningslinjer er forhandlet med Finansrådet, Finans & Leasing, Dansk Kredit Råd, Dansk Erhverv, DI Handel, Forbrugerrådet og med deltagelse af Finanstilsynet.

SMS Kviklån A/S, Dansk Finansieringskompagni ApS og Mobillån Danmark ApS har deltaget som observatører, og alle selskaber har accepteret retningslinjerne.

Se tidligere pressemeddelelse i sagen

<http://www.forbrug.dk/nyheder/pressemeddelelser/Inviasmsoginternet/>

Læs retningslinjerne (link)

For yderligere oplysninger, kontakt:

**Søren Iversen,
Chefkonsulent hos Forbrugerombudsmanden,
Tlf. 32 66 92 79**

4. februar 2009
Sag 08/04781

Retningslinjer for markedsføring af kortfristede eller mindre lån indgået som fjernsalgsaftaler

Efter forhandling med Finansrådet, Finans & Leasing, Dansk Kredit Råd, Dansk Erhverv, DI Handel, Forbrugerrådet og med deltagelse af Finanstilsynet, samt

SMS Kviklån A/S, Dansk Finansieringskompagni ApS og Mobillån Danmark ApS som observatører

udsteder Forbrugerombudsmanden i medfør af markedsføringslovens § 24, stk. 1, jf. lov nr. 1389 af 21. december 2005 om markedsføring, som ændret ved lov nr. 538 af 8. juni 2006, lov nr. 1547 af 20. december 2006 og lov nr. 181 af 28. februar 2007 (herefter markedsføringsloven) nedenstående retningslinjer med tilhørende kommentarer.

Baggrund

En ny type lån er inden for det sidste år blevet markedsført i Danmark. Det drejer sig om de såkaldte "SMS-lån". Disse er kendetegnet ved, at aftaleindgåelsen sker ved hjælp af tekstbeskeder sendt til og fra en mobiltelefon, og at der hidtil har været tale om lån op til 3.000 kr., som typisk har skullet indfries senest inden 3 måneder. Der er samtidig tale om lån med en meget høj årlig omkostning i procent (ÅOP). Denne kortfristede låntype er ikke reguleret af reglerne i kreditaftaleloven.

Den regulering, der sker af en låne- eller kreditaftale gennem kreditaftaleloven, sikrer forbrugeren en rimelig retsstilling, ligesom loven sikrer, at lånevilkår m.v. fremgår af en skriftlig låneaftale.

Da SMS-lånene ikke er omfattet af kreditaftaleloven, og kommunikationsformen med brug af SMS samtidig kan give anledning til nogen usikkerhed i relation til forbrugernes retsstilling, aftaleindgåelsen og lovgivningens særlige krav om oplysninger, inden en aftale kan indgås, har Forbrugerombudsmanden fundet, at der er behov for

gennem retningslinjer at få præciseret, hvilket krav der kan stilles til udbydere af disse lån.

Det skal dog samtidig påpeges, at udnyttelsen af den teknologiske udvikling, herunder anvendelsen af fjernkommunikationsmidler som internettet og mobiltelefonen, fx til indgåelse af låneaftaler, giver långivere nye muligheder for udvikling og distribution af produkter og større tilgængelighed for forbrugerne, som alt andet lige må anses for et gode for såvel erhvervsdrivende som forbrugere.

SMS-lån har været kendt i de øvrige nordiske lande i flere år og har navnlig i Sverige og Finland givet anledning til forskellige initiativer fra forbrugermyndighedernes side, da der er en del problemer forbundet med denne lånetype.

Af samme grund ønsker Forbrugerombudsmanden som led i sit forebyggende tilsynsarbejde at være på forkant med udviklingen i forbindelse med denne lånetypes lancering på det danske marked.

Retningslinjerne skal ses som udtryk for Forbrugerombudsmandens generelle opfattelse af, hvad der kan anses for god markedsføringsskik ved markedsføring af lån, når aftalen indgås som en fjernsalgsaftale og ikke er omfattet af kreditaftaleloven. Det bemærkes i denne forbindelse, at en overtrædelse af anden lovgivning, fx forbrugeraftaleloven, renteloven, inkassoloven, hvidvasklovgivningen etc., vil kunne anses for en overtrædelse af god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1, og derved også en overtrædelse af disse retningslinjer.

Det forventes, at alle udbydere, som markedsfører denne slags lån, indretter sig i overensstemmelse med retningslinjerne.

Retningslinjerne er ikke udtømmende. At et forhold ikke er omtalt i retningslinjerne er dermed ikke ensbetydende med, at det på denne baggrund er lovligt eller i øvrigt i overensstemmelse med god markedsføringsskik.

Markedsføringslovens § 1 finder ikke anvendelse på virksomheder omfattet af lov om finansiel virksomhed, i det omfang økonomi- og erhvervsministeren har udstedt regler på de pågældende områder. For finansielle virksomheder henvises i øvrigt til Økonomi- og erhvervsministeriets bekendtgørelse om god skik for finansielle virksomheder.

Det skal navnlig bemærkes, at udlånsvirksomhed er omfattet af loven om hvidvask, jf. lovbekendtgørelse nr. 442 af 11. maj 2007 om bekendtgørelse af lov om forebyggende foranstaltninger mod hvidvask af udbytte og finansiering af terrorisme. Dette indebærer bl.a., at virksomheder og personer omfattet af loven skal registreres hos Finanstilsynet.

1. Anvendelsesområde

Retningslinjerne gælder for udbydere af

- kortfristede kreditaftaler med en løbetid på indtil tre måneder.

Retningslinjerne finder endvidere anvendelse på kreditaftaler uanset disses løbetid,

- hvor det samlede beløb, der skal betales, ikke overstiger 1.500 kr. samt på
- kreditaftaler med variabelt lånebeløb, hvor det samlede beløb, der skal betales ved fuld udnyttelse af kontoen, ikke overstiger 1.500 kr.,

I alle tilfælde er det en forudsætning for anvendelsen af retningslinjerne, at aftalen indgås som en fjernsalgsaftale.

Kommentarer

Retningslinjerne finder anvendelse på lån og kreditter, som skal indfries senest efter tre måneder efter aftalens indgåelse. Retningslinjerne finder endvidere anvendelse på kreditaftaler, hvor lånebeløbet ikke overstiger 1.500 kr. samt på kreditaftaler med variabelt lånebeløb, hvor det samlede beløb, der skal betales ved en fuld udnyttelse af kontoen, ikke overstiger 1.500 kr., uanset lånets løbetid. Det er en forudsætning for retningslinjernes anvendelse, at låneaftalen er indgået som fjernsalg ved anvendelse af fjernkommunikation, det vil sige ved kommunikation, der foregår, uden at låntager (forbrugeren) og den erhvervsdrivende mødes fysisk, jf. definitionen i forbrugeraftalelovens § 4.

Ved denne afgrænsning af anvendelsesområdet tilsigtes det at lade retningslinjerne omfatte de lån og kreditter, som ikke er reguleret af kreditaftaleloven. Uden for anvendelsesområdet falder imidlertid også aftaler om lån eller kredit, som aftales i et retsforlig eller kreditaftaler, hvor der ikke betinges vederlag for kreditten.

Det bemærkes, at retningslinjerne ikke finder anvendelse på midlertidige overtræk i et allerede oprettet kontoforhold i et pengeinstitut eller hos en anden långiver, uanset om overtrækket er aftalt (eventuelt ved brug af et fjernkommunikationsmiddel), eller der er tale om et aftalestridigt overtræk.

2. Almindelige principper for markedsføringen

Udbydere af kreditaftaler, som omfattes af retningslinjerne, skal til enhver tid efterleve og indrette deres virksomhed på en måde, så denne er i overensstemmelse med principperne om god markedsføringsskik.

Kommentarer

Efter markedsføringslovens § 1 skal erhvervsdrivende omfattes af denne lov udvide god markedsføringsskik under hensyntagen til forbrugerne, erhvervsdrivende og almene samfundsinteresser.

Kravene til god markedsføringsskik udvikler sig i takt med den generelle udvikling på markedet. Med afgørelsen af, om en virksomhed har udvist god skik, foretages en afvejning af erhvervsinteresser, forbrugerinteresser og almene samfundsinteresser.

Retningslinjer udstedt efter lovens § 24 vil typisk på angivne områder kunne præcisere, hvad der må anses for god markedsføringsskik inden for det pågældende område.

3. Markedsføring og oplysningskrav inden aftaleindgåelse

Ved markedsføring af lån, som er omfattet af retningslinjerne, skal der gives forbrugeren klare og tilstrækkelige oplysninger om lånet og dets vilkår, herunder fortrydelsesret, oplysninger om pris, gebyrer m.v. Der må ikke anvendes urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser, som er egnet til at påvirke forbrugeren vurdering af tilbuddet.

Kommentarer.

Offentligretlig regulering

Ud over de krav til oplysninger og information, som kan udledes af markedsføringslovens § 1 om god markedsføringsskik, § 3 om vildledning og utilbørlig markedsføring, skal der særligt peges på lovens § 12 a om købsopfordring¹.

De her omhandlede lån vil typisk blive markedsført i annoncer eller på hjemmesider med mulighed for at indgå aftale elektronisk eller ved afsendelse af SMS.

Der vil foreligge en købsopfordring i § 12 a's forstand, hvis der angives en karakteristik af produktet og dernæst en pris. Det er herudover en betingelse, at disse to oplysninger sætter forbrugeren i stand til at foretage et køb. Er dette tilfældet, skal der i annoncen, på hjemmesiden eller i en SMS tydeligt gives oplysninger om:

- 1) varens eller tjenesteydelsens væsentligste karakteristika,*
 - 2) den erhvervsdrivendes adresse og navn,*
 - 3) forhold vedrørende betaling, levering og gennemførelse af aftalen, i det omfang disse forhold afviger fra, hvad der er sædvanligt i branchen,*
 - 4) den erhvervsdrivendes fremgangsmåde i forbindelse med klagesagsbehandling, i det omfang den afviger fra, hvad der er sædvanligt i branchen,*
 - 5) fortrydelsesret, afbestillingsret eller returret, hvis forbrugeren har en sådan ret, samt*
 - 6) prisen inklusive afgifter,*
- medmindre disse oplysninger allerede fremgår tydeligt af sammenhængen.*

De krav, der stilles efter § 12 a, skal således også følges, når der bruges sms-beskeder som købsopfordringer i markedsføringen.

På det sted, hvor lån udbydes med mulighed for bestilling, og det kan fx være på en hjemmeside, skal der efter bekendtgørelse om information til forbrugere om priser på låne- og kredittilbud og valutakursen, § 3, oplyses følgende om de låne- og kredittilbud, der er mest almindeligt forekommende hos den pågældende erhvervsdrivende:

- 1) Den nominelle årlige rente, dvs. den årlige rente inklusiv renters rente.*
- 2) Højeste og laveste nominelle årlige rente, når det pågældende låne- eller kredittilbud udbydes med forskellige rentesatser.*
- 3) Særlige vilkår knyttet til det enkelte lån eller kredittilbud.*
- 4) Om renten er fast eller variabel.*
- 5) De årlige omkostninger i procent (ÅOP).*

¹ Der henvises til Forbrugerombudsmandens vejledning om de nye ændringer i markedsføringsloven af 7. maj 2008, som kan læses på www.forbrugerombudsmanden.dk

6) Andre omkostninger i forbindelse med oprettelse af lånet/kredit, herunder gebyrer, der ikke er omfattet af ÅOP, jf. stk. 2.

7) For kontokort (dvs. kredit med variabelt lånebeløb) angives de årlige omkostninger i procent (ÅOP) ved udnyttelsesgrader på 100 %, 50 % og 25 %.

Stk. 2. Ved beregning af de årlige omkostninger i procent (ÅOP), jf. stk. 1, nr. 5, finder § 13 og § 16 i lov om kreditaftaler anvendelse.

Stk. 3. En erhvervsdrivende skal oplyse om de forudsætninger, der er anvendt ved beregningen af de årlige omkostninger i procent (ÅOP). Forudsætningerne skal være i overensstemmelse med udlånspraksis hos den pågældende erhvervsdrivende.

Stk. 4. Hvis en erhvervsdrivende oplyser om andre end de mest almindeligt forekommende låne- og kredittilbud, jf. stk. 1, finder stk. 1 – 3 tilsvarende anvendelse.

Denne pligt til at give oplysninger efter § 3 må anses for en "skiltningspligt" de steder, hvor man kan indgå bestilling eller indgå aftaler (i et forretningslokale eller på en hjemmeside), men det har næppe været tilsigtet at udstrække oplysningspligten til den kontakt, der er mellem to parter, fx via sms-beskeder, i forbindelse med en aftaleindgåelse.

Når der i markedsføringsmateriale, herunder annoncer, på hjemmesider eller i sms-beskeder, oplyses om prisen, skal der efter § 5, på en lige så fremtrædende måde som de øvrige oplysninger oplyses om

- 1) den nominelle årlige rente, jf. § 3, stk. 1 nr. 1, og
- 2) de årlige omkostninger i procent (ÅOP).

Ved beregning af de årlige omkostninger i procent (ÅOP), jf. stk. 1, nr. 2, finder § 13 og § 16 i lov om kreditaftaler anvendelse, jf. bekendtgørelsens § 5, stk. 3.

Herudover gælder der efter e-handelsloven nogle supplerende oplysningskrav, jf. §§ 7, 8 og 10, bl.a. krav om oplysning om den erhvervsdrivendes e-mailadresse, ligesom den erhvervsdrivende skal stille "hensigtsmæssige, effektive og tilgængelige tekniske hjælpeværktøjer til rådighed for tjenestemodtageren, hvorved denne får mulighed for at finde og rette indtastningsfejl", jf. § 11, stk. 1.

Loven gælder i relation til kommerciel kommunikation, hvorved forstås enhver form for kommunikation, der direkte eller indirekte er bestemt til at fremme afsætningen af varer eller tjenesteydelser. Oplysningskravene skal således også opfyldes, når der anvendes sms-beskeder i kommunikationen med forbrugeren.

Civilretlig regulering

Markedsføringslovens almindelige (offentligretlige) krav til markedsføringen suppleres af forbrugeraftalelovens specielle oplysningskrav.

Inden der indgås en fjernsalgsaftale vedrørende en finansiel tjenesteydelse skal der efter forbrugeraftaleloven gives forbrugeren en række oplysninger, jf. § 13, jf. § 11, stk. 1. Der skal bl.a. gives oplysninger om den samlede pris inklusive gebyrer, omkostninger mv., vilkår om betaling, levering eller anden opfyldelse af aftalen, om fortrydelsesretten, fortrydelsesfristens begyndelsestidspunkt og varighed samt betingel-

serne for og fremgangsmåden ved brug af fortrydelsesretten, herunder om, til hvilken adresse meddelelse om fortrydelse skal sendes, og det beløb, som kan afkræves forbrugeren i henhold til § 22, stk. 1, hvis fortrydelsesretten udnyttes, jf. retningslinjernes pkt. 9

Efter forbrugeraftalelovens § 14, stk. 1, skal långiver meddele forbrugeren samtlige forudgående oplysninger efter forbrugeraftalelovens § 13, stk. 1, samt aftalevilkårene på et varigt medie, i god tid inden forbrugeren bindes af fjernsalgsaftalen. Hvis aftalen er indgået på forbrugeres anmodning under anvendelse af fjernkommunikationsteknik, som gør det umuligt at give oplysningerne på varigt medie inden aftaleindgåelsen, skal kravet dog først opfyldes straks efter aftalens indgåelse, jf. forbrugeraftalelovens § 14, stk. 2. Som varigt medie anses bl.a. papir og e-mail.

4. Procedurer for sikker identifikation

Långiver må, inden forbrugeren forpligtes ved en fjernsalgsaftale om et lån, sikre sig forbrugers rette identitet.

Långiver må stille krav om, at forbrugeren identificerer sig ved at levere passende identifikationsoplysninger, og långiver må kontrollere disse oplysninger ved hjælp af egnede legitimationsdokumenter.

Kommentarer

Når en person kan forpligtes af en låneaftale ved en fjernsalgsaftale, er det væsentligt, at långiver har indrettet sin virksomhed således, at der er opstillet procedurer for, hvorledes forbrugers identitet sikres, og at der indhentes de fornødne identifikationsoplysninger, samt at disse kontrolleres.

Virksomheder og personer, som udbyder de her omhandlede kreditaftaler, er omfattet af lov om forebyggende foranstaltninger mod hvidvask af udbytte og finansiering af terrorisme (hvidvaskloven), jf. lovens § 1, stk. 1, nr. 12. Virksomheden eller personen (udbyder) er i henhold til loven forpligtet til at lade sig registrere hos Finanstilsynet, der fører tilsyn med virksomhedens overholdelse af loven og de regler, der er udstedt i medfør heraf. Finanstilsynet skal nægte at registrere virksomheden, hvis personer i ledelsen eller reelle ejere af virksomheden er dømt for et strafbart forhold, og det udviste forhold begrundes en nærliggende fare for misbrug af stillingen eller hvervet.

Når udbyder indgår en låneaftale med en kunde, opstår et fast kundeforhold i hvidvasklovens forstand. Hvidvaskloven stiller i forbindelse hermed en række legitimationskrav, der skal sikre, at kundens identitet kan fastslås med sikkerhed, og at mistænkelige transaktioner indberettes til Statsadvokaten for Særlig Økonomisk Kriminalitet (SØK).

Er kunden en fysisk person, skal legitimationen omfatte navn, adresse, cpr.nr. eller anden lignende legitimation, hvis den pågældende ikke har et cpr.nr. For så vidt angår den type af legitimationsdokumenter, som kan anvendes, henvises til Finanstilsynets vejledning på området.

Hvis kunden ikke er fysisk til stede for at legitimere sig, hvilket er tilfældet for lån indgået som fjernaftaler, skal udbyder træffe yderligere foranstaltninger for at sikre kundens rette identitet. Dette kan eksempelvis ske ved at stille krav om supplerende dokumentation, ved at kontrollere eller verificere de udleverede dokumenter eller kræve en bekræftende attesting fra en finansiel virksomhed omfattet af lovens § 1, stk. 1, nr. 1 – 11, eller kræve, at udbetalingen af lånet sker til en konto åbnet i kundens navn i et pengeinstitut.

Legitimationsproceduren skal afsluttes i forbindelse med etablering af kundeforholdet, dog senest inden udbetaling af lånet. Udbyder er forpligtet til at opbevare identitetsoplysninger i mindst 5 år efter, at kundeforholdet er ophørt.

Hvis der er mistanke om, at en kundes transaktion eller henvendelse har eller har haft tilknytning til hvidvask eller finansiering af terrorisme, skal udbyder undersøge transaktionen eller henvendelsen nærmere. Hvis mistanken vedrører lovovertrædelser, der kan straffes med fængsel i over 1 år, og denne mistanke ikke kan afkræftes, skal Statsadvokaten for Særlig Økonomisk Kriminalitet omgående underrettes.

Udbyder skal sørge for, at de ansatte er bekendt med de pligter, der fremgår af loven, og udbyder er i forbindelse hermed forpligtet til at udarbejde tilstrækkelige skriftlige interne regler om kundelegitimation, indberetning, opbevaring af registreringer samt uddannelses- og instruktionsprogrammer for medarbejdere. Udbyder skal endvidere etablere passende interne kontroller, herunder ledelseskontrol.

Tilsynet med overholdelsen af reglerne om hvidvask varetages af Finanstilsynet.

En tilsidesættelse af reglerne efter hvidvasklovgivningen, vil kunne anses for en overtrædelse af god markedsføringsskik og disse retningslinjer, fordi långiver ikke herved sikrer, at låneaftalen indgås med den rette person.

5. Kreditvurdering

Inden en udlånsaftale indgås med en forbruger, har långiveren pligt til at sikre sig, at låneaftalen kan indgås på et forsvarligt og informeret grundlag.

Dette indebærer bl.a., at den erhvervsdrivende må foretage en passende kreditvurdering og sikre sig tilstrækkelig dokumentation for forbrugerens økonomiske situation.

En långiver bør ikke medvirke til gældsstiftelse, som kan anses for klart uforsvarlig vurderet i lyset af de indhentede oplysninger om forbrugerens økonomiske situation.

Långiver skal kunne dokumentere, at et lån er ydet på et forsvarligt og informeret grundlag

Kommentarer

Det følger af god markedsføringsskik, at en långiver, inden en låneaftale indgås, sikrer sig, at aftalen indgås på et forsvarligt og informeret grundlag, således at det bl.a. sikres, at forbrugerens muligheder for at tilbagebetale lånet er vurderet. Det kan så-

ledes ikke anses for stemmende med god markedsføringsskik at medvirke til en gældsstiftelse, hvis der ikke på tidspunktet for aftalens indgåelse er realistiske muligheder for en tilbagebetaling i overensstemmelse med lånets afviklingsvilkår.

Uanset at der kan være tale om relativt beskedne lånebeløb, må långiver foretage en passende kreditvurdering ved indhentelse af tilstrækkelige oplysninger om forbrugeren og dennes økonomiske situation (fx indtægter, udgifter, formue, øvrige gældsposter, hidtidige betalingsevne etc.) og i denne forbindelse vurdere mulighederne for en aftalemæssig afvikling af lånet.

Långiver må efterfølgende kunne dokumentere, at lånet er ydet på et forsvarligt og informeret grundlag. Dette kan ske ved at fremlægge de oplysninger, som er indhentet om eller fra forbrugeren og sandsynliggøre, at der er foretaget en passende kreditvurdering på tidspunktet for aftaleindgåelsen.

Det må anses for at være i strid med generelle forbruger- og samfundsinteresser og i strid med god markedsføringsskik at medvirke til en gældsstiftelse, som kan anses for klart uforvarlig vurderet i lyset af de indhentede oplysninger om forbrugeren's økonomiske situation.

6. Vejledning

Långiver må på forbrugeren's anmodning, eller hvor omstændighederne tilsiger, at der kan være et særligt behov, vejlede forbrugeren om långivers egne produkter, vilkår og priser.

For så vidt angår oplysninger og rådgivning om alternative produkter på markedet bør långiver på forbrugeren's forespørgsel på baggrund af sit generelle markedskendskab kunne vejlede herom eller alternativt henvise til anden rådgivning.

Kommentarer

De lånetyper, som er omfattet af retningslinjerne, er karakteriseret ved at aftalerne indgås ved hjælp af fjernkommunikationsmidler, uden at låntager (forbrugeren) og långiver mødes fysisk. I disse situationer er långiver forpligtet til at give en række specifikke oplysninger efter reglerne i forbruger aftaleloven, jf. ovenfor pkt. 3.

Der er samtidig i meget vidt omfang tale om standardiserede produkter, som udbydes på ens vilkår. Sådanne produkter vil efter reglerne for pengeinstitutternes rådgivning kunne udbydes med standardiseret information med lille eller ingen tilknyttet individuel rådgivning.

Under disse omstændigheder er der ikke fundet grundlag for at fastslå, at der efter markedsføringslovens § 1 gælder en pligt til at yde individuel rådgivning.

Retningslinjerne angiver, at långiveren må kunne vejlede forbrugeren om egne produkter, vilkår og priser, jf. også markedsføringslovens § 7, hvis denne fremsætter ønske herom eller omstændighederne måtte vise, at der kan være et behov herfor. Dette kan fx være tilfældet, hvis det fremgår af forbrugeren's kontakt med långiver, at forbrugeren har misforstået et eller flere af aftalevilkårene.

For så vidt angår alternative produkter på markedet bør långiver, hvis forbrugeren spørger, enten på baggrund af sit generelle markedskundskab kunne vejlede og rådgive forbrugeren herom eller alternativt henvise til anden rådgivning.

7. Aftaleindgåelse

Vilkår for en låneaftale, som indgås via en hjemmeside, SMS eller ved et andet fjernkommunikationsmiddel, kan alene anses for vedtaget i det omfang, det kan dokumenteres, at forbrugeren har fået oplysning herom og accepteret disse forud for aftaleindgåelsen.

Kommentarer

Det følger af almindelige aftaleretlige principper, at en aftalepart (långiver) kun kan påberåbe sig de aftalevilkår, som kan anses for vedtaget med modparten (forbrugeren).

Långiver skal sikre, at forbrugeren inden aftalens indgåelse modtager oplysning om de aftalevilkår, som efter långivers opfattelse skal fastlægge aftaleforholdet.

Det er ikke tilstrækkeligt, at en forbruger opfordres til og/eller henvises til at gøre sig bekendt med aftalevilkårene via et andet medie, end det der benyttes til indgåelse af aftalen.

I det omfang et vilkår blot er en gengivelse af, hvad der allerede følger af lovgivningen, herunder f.eks. rentelovens bestemmelser, kan sådanne vilkår gøres gældende i kontraktforholdet, uden at forbrugeren er blevet gjort særskilt opmærksom herpå i forbindelse med aftaleindgåelsen.

Långiver skal om fornødent efterfølgende kunne dokumentere, at forbrugeren har fået oplysning om aftalevilkårene og har accepteret disse, senest ved aftalens indgåelse.

Efter forbrugeraftalelovens § 14, stk. 1, skal långiver meddele forbrugeren samtlige forudgående oplysninger efter forbrugeraftalelovens § 13, stk. 1, og aftalevilkårene på et varigt medie, i god tid inden forbrugeren bindes af fjernsalgsaftalen. Hvis aftalen er indgået på forbrugerenes anmodning under anvendelse af fjernkommunikationsteknik, som gør det umuligt at give oplysningerne på varigt medie inden aftaleindgåelsen, skal kravet dog først opfyldes straks efter aftalens indgåelse, jf. forbrugeraftalelovens § 14, stk. 2. Som varigt medie anses bl.a. papir og e-mail.

Aftaleretlige principper og forbrugeraftalelovens § 14 supplerer således hinanden. Forbrugeraftalelovens § 14 er ikke en fravigelse af aftalelovens almindelige regler om aftaleindgåelse og vedtagelse af vilkår mv. Forbrugeraftalelovens § 14 er derimod et supplement til aftalelovens regler, og bestemmelsen fastsætter udelukkende et krav om, at forbrugeren også skal have oplysningerne nævnt i forbrugeraftalelovens § 13, stk. 1, og aftalevilkårene på varigt medie, samt tidspunktet herfor.

En forbruger har på et ethvert tidspunkt under aftaleforholdet ret til efter anmodning vederlagsfrit at få udleveret aftalevilkårene på papir.

8. Særligt om information om udbetaling af lånet

Långiver må i sit markedsføringsmateriale og i aftalen oplyse klart og tydeligt om procedurerne for låneudbetalingen, og hvornår låntageren kan disponere over beløbet.

Kommentarer

Da de lån, som er omfattet af disse retningslinjer, ofte betragtes som "særlige kviklån", og dette element ofte indgår i markedsføringen, må långiver i sit markedsføringsmateriale og i aftalen oplyse klart og tydeligt om, hvornår forbrugeren kan disponere over lånebeløbet.

Sker overførsel af lånebeløbet til en bankkonto, som er anvist af forbrugeren, vil beløbet typisk være til rådighed en bankdag efter overførslen er sket. Disponeres der over pengene inden dette tidspunkt, vil dette kunne bevirke, at kontoen eventuelt kommer i et uberettiget overtræk. Långiver må i videst muligt omfang oplyse den enkelte forbruger om, hvornår denne kan disponere over lånet. Dette kan fx meddeles i forbindelse med långivers endelige accept af låneaftalen.

Det kan efter omstændighederne anses for vildledende og i strid med markedsføringslovens § 3, såfremt en långiver i sin markedsføring giver indtryk af, at forbrugeren straks efter aftalens indgåelse vil kunne disponere over lånebeløbet.

9. Særligt om kompensation ved udnyttelse af fortrydelsesretten

Vil långiver i forbindelse med forbrugers eventuelle udnyttelse af sin fortrydelsesret opkræve et beløb herfor, skal långiver inden aftalens indgåelse have oplyst forbrugeren om beløbets størrelse.

Beløbet skal stå i et rimeligt forhold til det lån, som er udbetalt, sammenlignet med fjernsalgsaftalens fulde opfyldelse.

Kommentarer

Efter forbrugerftalelovens § 17 har en forbruger fortrydelsesret ved aftaler om fjernsalg og ved aftaler indgået uden for fast forretningssted. Långiveren skal før aftale indgås, informere forbrugeren om denne fortrydelsesret, herunder om det beløb, som kan afkræves forbrugeren, hvis fortrydelsesretten udnyttes.

Långiverens krav på kompensation fra forbrugeren, hvis denne benytter sin fortrydelsesret, er reguleret i forbrugerftalelovens § 22. Udgangspunktet er, at der kan kræves et beløb for den periode selve lånet har været til rådighed for forbrugeren samt et beløb for eventuelle stiftelsesomkostninger m.v. Det er en betingelse, at forbrugeren udtrykkeligt har anmodet om, at udbetalingen (leveringen) kunne påbegyndes inden fortrydelsesfristens udløb, og at forbrugeren har fået oplysning om fortrydelsesretten og om det beløb, som skal betales. Det er endvidere en betingelse, at beløbet står i rimeligt forhold til omfanget af den leverede ydelse.

Det vil ikke være i overensstemmelse med markedsføringsloven at opkræve et beløb af forbrugeren, som ikke har hjemmel i forbrugerftalelovens § 22.

Skal der efter låneaftalen beregnes en rente for lånet, må kompensationen fastsættes som en rente pr. dag af det lånte beløb. Renten må i denne situation være underlagt en rimelighedsvurdering. Er lånet rentefrit, vil der ikke kunne opkræves et variabelt beløb i forbindelse med benyttelsen af fortrydelsesretten.

Kompensation for stiftelsesomkostninger, gebyrer m.v. kan ikke fastsættes til et højere beløb end de faktiske omkostninger ved etableringen af lånet. Da dette også i disse tilfælde skal ske ud fra en objektiv rimelighedsbetragtning, vil højere omkostninger hos enkelte långivere ikke kunne berettige til, at tilsvarende høje beløb kan opkræves forbrugeren.

Der er i forarbejderne til bestemmelsen peget på, at beløbet under ingen omstændigheder må have en sådan karakter, at det kan opfattes som en bod.

Når en lånetype er kendetegnet ved en i høj grad standardiseret aftaleindgåelse, kan der maksimalt kræves op til 50 kr. i kompensation for stiftelsesomkostninger, gebyr mv. for lån op til og med 1.500 kr. og 100 kr. for lån over 1.500 kr. og op til og med 5.000 kr.

10. Ikrafttræden og revision

Disse retningslinjer træder i kraft den 1. marts 2009.

På denne dato må alle udbydere af lån omfattet af disse retningslinjer have indrettet deres virksomhed i overensstemmelse med retningslinjerne.

Retningslinjerne vil efter et års ikrafttræden blive vurderet i lyset af den skete udvikling med henblik på en eventuel revision.