

Rapport om udstedelse af regler om god skik og regler om prisoplysning samt om erfaringerne med reglernes anvendelse

Indledning

Det følger af § 353, stk. 2 i lov om finansiel virksomhed, at Finanstilsynet i samarbejde med Forbrugerstyrelsen årligt afgiver en rapport til økonomi- og erhvervsministeren over status for udstedelse af regler om god skik og om erfaringerne med reglernes anvendelse.

Denne rapport beskriver de nye forbrugerregler, der er blevet udstedt på det finansielle område i 2007, og hvordan regler om god skik og andre forbrugerbeskyttende regler på det finansielle område er blevet anvendt i 2007.

1. Nye regler

1.1 Nye regler om rådgivning i forbindelse med lån med pant i fast ejendom

I foråret 2007 aftalte regeringen, Socialdemokraterne samt Det Radikale Venstre at styrke forbrugeroplysningen og rådgivningsforpligtelsen for pengeinstitutter og realkreditinstitutter i forbindelse med, at disse institutter fik adgang til at udstede særligt dækkede obligationer.

Med henblik på at gennemføre den politiske aftale er der indsat nye regler om rådgivning i bekendtgørelse nr. 686 af 20. juni 2007 om god skik for finansielle virksomheder. Reglerne er indsat i kapitel 4, der har fået overskriften "Særlige regler om rådgivning om lån med sikkerhed i fast ejendom".

De nye regler strammer kravene til at informere kunderne om relevante produkttyper på markedet. Før en kunde indgår aftale om lån med sikkerhed i fast ejendom, skal penge- eller realkreditinstituttet informere kunden om relevante produkttyper på markedet samt fordele og ulemper ved disse. Dermed indfører de nye regler et udtrykkeligt krav om, at instituttet skal oplyse om fordele og ulemper ved de relevante produkttyper på markedet.

Der er også indført en skærpet forpligtelse til at rådgive om de lånetyper, som udbydes af instituttet selv, og som kan dække kundens behov, når denne efterspørger et lån med sikkerhed i fast ejendom.

Rådgivningen skal omfatte oplysninger om de væsentligste egenskaber ved de udbudte lånetyper, herunder fordele og ulemper. Som eksempel kan nævnes oplysninger om, hvorvidt lånet er fastforrentet eller om renten er variabel, og hvilke belåningsgrænser og løbetider, der gælder for det pågældende lån.

Kunden skal også have oplysning om de årlige omkostninger i procent (ÅOP) ved de lånetyper, der rådgives om. Hermed får kunden et nøgletal for afvikling af et lån, der omfatter alle omkostninger ved et lån til brug for sammenligning af omkostningerne ved de forskellige lån.

Ved rådgivningen skal der endelig gives en række forskellige oplysninger om adgangen til at opsiges, indfri og omlægges de forskellige lånetyper. Penge- eller realkreditinstituttet skal også oplyse om mulighederne for låneomlægning og om omkostningerne ved låneomlægninger og førtidig indfrielse. Endelig skal kunden have oplysning om instituttets normale prismæssige vilkår for de relevante lån.

Inden en kunde indgår en aftale om at optage et boliglån, skal kunden som noget nyt bekræfte at have modtaget rådgivning samt en række konkrete oplysninger. Oplysningerne skal gives på et skema, som er optrykt som bilag til bekendtgørelsen. Kunden skal underskrive skemaet og have en kopi.

De nye rådgivningsregler trådte i kraft den 1. juli 2007. Frem til den 1. december 2007 var der en særlig overgangsordning, så dele af rådgivningsreglerne kun fandt anvendelse under visse omstændigheder.

1.2 Nye regler om vildledende og utilbørlig markedsføring (Gennemførelse af direktivet om urimelig handelspraksis)

Med bekendtgørelse nr. 686 af 20. juni 2007 om god skik for finansielle virksomheder blev Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 om virksomhedernes urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked gennemført for finansielle virksomheder.

Direktivet er gennemført ved, at der er indsat en ny § 4 og § 5 samt et bilag 1 i bekendtgørelsen. Disse regler svarer til markedsføringslovens § 3 og 12 a samt bekendtgørelse nr. 1084 af 14. september 2007 om urimelig markedsføring i forbrugerforhold. Der har således været behov for at tage højde for, at finansielle virksomheder kun sælger ydelser og ikke fysiske produkter.

Bekendtgørelsens § 4 indeholder et forbud mod vildledning samt aggressiv og utilbørlig markedsføring, og den gennemfører art. 6 og 7 i direktivet om urimelig handelspraksis. Ifølge § 4, stk. 1, må en finansiell virksomhed ikke anvende vildledende eller urigtige angivelser eller udelade væsentlige informationer. § 4, stk. 2, bestemmer, at markedsføringen ikke må være vildledende, aggressiv eller udsætte kunderne for en utilbørlig

påvirkning på grund af sit indhold, form eller den anvendte fremgangsmåde. Det er efter både § 4, stk. 1 og 2, et krav, at markedsføringen skal være egnet til mærkbart at forvride kundernes økonomiske adfærd på markedet. Markedsføringen skal altså have en kommerciel effekt, d.v.s. at den retsstridige handling skal have eller må kunne forventes at have en indvirkning på kundens økonomiske dispositioner.

I bekendtgørelsens bilag 1 er der opregnet en række former for adfærd, der efter bekendtgørelsens § 4, stk. 4, under alle omstændigheder er urimelige i private kundeforhold, og som derfor ikke er tilladt. Der skal i disse tilfælde ikke foretages en konkret vurdering efter § 4, stk. 1 og 2, af om der foreligger en retsstridig adfærd.

Bekendtgørelsens § 5 om oplysningspligt i forbindelse med købsopfordringer gennemfører art. 7, stk. 4, i direktivet om urimelig handelspraksis.

En købsopfordring er jf. bekendtgørelsens § 5, stk. 3, defineret som en kommerciel kommunikation, hvori produktets karakteristika og pris er angivet på en måde, som er passende i forhold til det anvendte kommunikationsmiddel, og hvorved forbrugeren sættes i stand til at foretage et køb.

Købsopfordringer skal indeholde alle de oplysninger, der fremgår af § 5, stk. 1 og 2, såfremt de ikke allerede fremgår tydeligt af sammenhængen. Der er tale om følgende oplysninger:

- Produktet vigtigste karakteristika
- Den finansielle virksomheds navn og adresse.
- Forhold vedrørende betaling og gennemførelse af aftalen i det omfang disse forhold afviger fra, hvad der er sædvanligt i branchen.
- Fremgangsmåden ved klagesagsbehandlingen, hvis den afviger fra, hvad der er sædvanligt i branchen
- Fortrydelsesret, hvis kunden har en sådan ret.
- Pris inkl. afgifter. Medfører varens eller tjenesteydelsens art, at prisen ikke med rimelighed på forhånd kan beregnes, angives den måde, hvorpå prisen beregnes.

Overtrædelse af reglerne om vildledning i § 4 og købsopfordringer i § 5 er strafbelagt jf. § 39, stk. 1, 2. pkt.

1.3 Nye vejledninger (god skik, investorbeskyttelse og ordreudførelse)

Finanstilsynet har udsendt en ny vejledning til bekendtgørelse om god skik for finansielle virksomheder (vejledning nr. 10.179 af 12. oktober 2007). Vejledningen erstatter vejledning nr. 9685 af 20. december 2004 til bekendtgørelse om god skik for finansielle virksomheder og er blevet udarbejdet på baggrund af drøftelser med forbruger- og brancherepræsentanter samt Forbrugerombudsmanden og Forbrugerstyrelsen.

Den ny vejledning gennemgår de nye regler om rådgivning om lån med sikkerhed i fast ejendom samt de nye regler om vildledning, utilbørlig markedsføring og oplysninger i forbindelse med købsopfordringer. Disse regler blev indført med bekendtgørelse nr. 686 af 20. juni 2007 om god skik for finansielle virksomheder. Herudover er vejledningen til resten af bekendtgørelsen om god skik for finansielle virksomheder blevet opdateret.

2. Reglernes anvendelse

Finanstilsynet fører efter de finansielle love tilsyn med, at god skik-regler og reglerne om prisinformation overholdes.

En forudsætning for, at reglerne giver forbrugerne den tilsigtede beskyttelse og bidrager til fair og loyal konkurrence mellem de finansielle virksomheder, er, at der føres et effektivt tilsyn med disse regler.

Finanstilsynets administration af reglerne består af inspektioner, behandling af konkrete sager, information til brugerne og gennemførelse af projekter.

2.1 Finanstilsynets inspektionsstrategi på forbrugerområdet.

Finanstilsynet offentliggjorde den 7. februar 2007 en rapport over erfaringerne med god skik inspektioner i 2006 samt en strategi for de fremtidige god skik inspektioner.

Rapporten indeholdt følgende anbefalinger:

"Tilsynet med at pengeinstitutter, realkreditinstitutter og skadesforsikringsselskaber har skriftlige forretningsgange for god skik bør indarbejdes i det ordinære tilsynsprogram. Det vil indebære, at det i forbindelse med en ordinær inspektion af virksomheden undersøges, om virksomheden har de fornødne forretningsgange og om virksomheden har procedurer, som sikrer og dokumenterer, at forretningsgangene systematisk efterleves i virksomheden. Det vil ske ved hjælp af et checkskema.

Hvis virksomheden ikke har forretningsgange eller disse er åbenbart utilstrækkelige eller mangelfulde vil det blive vurderet, hvorvidt en egentlig god skik inspektion er fornøden.

Når det angår investeringsforeninger, fondsmæglerselskaber og livsforsikringsselskaber, vil der være behov for at indhente yderligere inspektionserfaring, inden tilsyn med, at virksomhederne har skriftlige forretningsgange, kan indarbejdes som en del af et ordinært tilsyn.

Der skal herudover udføres specifikke inspektioner vedr. god skik, men dette bør ske uden for det øvrige inspektionsprogram i Finanstilsynet.

Derved åbnes der mulighed for, at man ved udvælgelsen af hvilke virksomheder, der skal undersøges, kan lægge vægt på andre parametre end, at virksomheden er udtaget til ordinær inspektion.

Der vil fremover blive udvalgt en række konkrete temaer for inspektionerne. Inspektionerne vil kunne fokusere på en bestemt virksomhedstype/branche, overholdelsen af en af flere regler i god skik/prisoplysningsbekendtgørelserne på tværs af brancherne eller andre tværgående problemstillinger. Hvis ikke alle relevante virksomheder på et område skal undersøges, vil de udvalgte virksomheder og de kriterier, de er udvalgt efter, fremgå af den inspektionsplan, som opstilles for det konkrete undersøgelsestema.

Temainspektionerne bør suppleres af 5 inspektioner, som gennemføres i virksomheder, som Finanstilsynet vurderer, er særlig interessante. Det kan skyldes at en konkret sag har sat særlig fokus på virksomheden, eller at tilsynet via klager er blevet opmærksom på, at der er/kan være problemer med virksomhedens efterlevelse af god skik.

Finanstilsynet vil i 2007 udarbejde en række fiktive kunde profiler, som frem over vil blive benyttet i forbindelse med inspektioner. De fiktive kunde profiler skal benyttes til at afdække, hvordan en virksomhed konkret vil gribe en rådgivningssituation an og hvilke oplysninger, man vil give til en kunde med den pågældende profil. De relevante brancheforeninger vil blive inddraget i arbejdet og det er hensigten, at de fiktive kunde profiler vil kunne anvendes i inspektionsarbejdet fra 2008."

Finanstilsynets inspektionsprogram for 2007 har været baseret på disse anbefalinger.

2.2 Projekt om fiktive kunde profiler

Finanstilsynet har som et led i inspektionsstrategien i 2007 udviklet et nyt værktøj til inspektioner på god skik området i de finansielle virksomheder: fiktive kunde profiler.

Hensigten med de fiktive kunde profiler er at åbne mulighed for at simulere en rigtig rådgivningssituation under en god skik inspektion.

De fiktive kunde profiler skal give undersøgerne et bedre grundlag for at vurdere en virksomheds generelle forretningspraksis og håndtering af kunderne, og dermed om virksomheden overholder god skik reglerne i praksis. Profilerne forventes endvidere at give tilsynet bedre indsigt i den faktiske kundebehandling i virksomhederne, fordi man i højere grad kan tilstræbe en virkelig rådgivningssituation og fordi profilerne kan anvendes til inspektion i filialer, hvor rådgiveren ikke på forhånd er udvalgt. Viden som ultimativt forventes at bidrage positivt til kvaliteten og hensigtsmæssigheden af regelarbejdet på området.

2.2.1 Metoden – fiktive kundeprofiler og henvendelser

For at give undersøgerne et så realistisk billede som muligt af en virksomheds normale praksis, er det vigtigt, at undersøgelsessituationen tilnærmer sig en realistisk rådgivningssituation.

De fiktive kundeprofiler er baseret på statistisk materiale og er repræsentative for forskellige typer af gennemsnitsforbrugere. En profil indeholder en række økonomiske nøgletal og oplysninger om den fiktive person, som profilen er. Et eksempel på en profil er "Jimmy", der er 31 år, enlig, og arbejder som vvs-mand, eller "Merete", der er 47 år, gift, og arbejder som skolelærer.

I forbindelse med en god skik undersøgelse præsenteres virksomheden for den fiktive kundeprofil - herunder for profilens *henvendelse*, som er relateret til undersøgelsens tema.

Henvendelsen - og dermed temaet for rådgivningssituationerne - udarbejdes med udgangspunkt i det aktuelle tema for den konkrete god skik inspektion. En henvendelse kan eksempelvis bestå i, at den fiktive profil efterspørger et konkret produkt eller en ydelse. Henvendelsen kan også bestå i, at profilen anmoder om at få oplysninger og rådgivning om eksempelvis investeringsmuligheder.

Under inspektionen bliver en rådgiver i virksomheden bedt om at behandle profilens henvendelse så realistisk som muligt og følge normale arbejdsgange. Nogle indledende oplysninger om profilen vil blive givet af undersøgerne, mens det vil være op til rådgiveren selv at skaffe sig de nødvendige oplysninger til brug for rådgivningen ved at spørge ind til profilen og dennes økonomiske situation.

2.2.2 Kundeprofilernes anvendelighed – foreløbige erfaringer

De første udkast til kundeprofiler er blevet afprøvet - som et pilotprojekt - i forbindelse med Finanstilsynets temaundersøgelse på god skik området i 4 pensionsselskaber i sidste kvartal af 2007.

Det er Finanstilsynets indtryk på baggrund af de foreløbige erfaringer fra pilotundersøgelserne, at profilerne er et nyttigt redskab til brug for god skik inspektioner. Metoden synes særdeles velegnet til at opnå et indblik i selskabernes generelle arbejdsgange i forbindelse med rådgivning og oplysning af kunderne.

2.3 God skik inspektioner i 2007

Finanstilsynet har i 2007 gennemført 20 inspektioner.

2.3.1 Undersøgelse af prisoplysning

Finanstilsynet har undersøgt 8 pengeinstitutters efterlevelse af reglerne i bekendtgørelse nr. 44 af nr. 24. januar 2006 om information til forbrugere om priser m.v. i pengeinstitutter (prisoplysningsbekendtgørelsen). I forbindelse med undersøgelsen har Finanstilsynet undersøgt prisoplysning

gerne på de enkelte pengeinstitutters hjemmeside og har foretaget en inspektion ude i en – ikke på forhånd oplyst – filial i hvert af de undersøgte pengeinstitutter. De valgte pengeinstitutter var udvalgt, så de udgør de 8 pengeinstitutter, der har flest filialer.

Undersøgelsen afslørede kun fejl af mindre betydning og viste, at de undersøgte pengeinstitutter generelt efterlever reglerne i prisoplysningsbekendtgørelsen. De fejl, som Finanstilsynet påpegede ved inspektionerne, er alle blevet rettet.

2.3.2 Inspektioner i pensionskasser som benytter et administrationsfællesskab

Finanstilsynet har gennemført 2 inspektioner i pensionskasser, som benytter et administrationsfællesskab.

Begge pensionskasser er karakteriseret ved, at de ikke har selvstændigt personale, men at alt kontakt og alle opgaver varetages af et forvaltnings-selskab. Det indebærer at også rådgivning af pensionskassens medlemmer udføres af ansatte i forvaltningsselskabet. Der var ikke indhentet samtykke fra medlemmerne til, at deres personlige oplysninger videregives fra pensionskassen til administrationsfællesskabet til brug for rådgivningen. Det samme er tilfældet for andre pensionskasser, som er tilknyttet de administrationsfællesskaber, som de to undersøgte pensionskasser benytter.

Spørgsmålet om, hvorvidt en sådan videregivelse kan ske uden samtykke fra kunden vil blive forelagt Det Finansielle Virksomhedsråd.

Inspektionerne viste i øvrigt, at pensionskasserne generelt opfylder deres forpligtelser i henhold til god skik bekendtgørelsen for finansielle virksomheder.

2.3.3 Inspektioner i pensionskasser – pilottest af fiktive kunde profiler

Finanstilsynet har gennemført 4 generelle god skik inspektioner i pensionskasser med særligt fokus på at teste fiktive kunde profiler som et redskab til at undersøge rådgivning.

Inspektionerne viste, at de fiktive kunde profiler kan være et godt redskab til at undersøge rådgivningen i en finansiell virksomhed, men at det er et problem, at mange finansielle virksomheders rådgivningsværktøjer er baseret på brug af kundens cpr-nummer. Da de fiktive kunde profiler ikke har et cpr-nummer, har det vist sig vanskeligt fuldt ud at udnytte profilerne til at simulere en rådgivningssituation.

Alle de undersøgte selskaber har udviklet it-værktøjer, som understøtter og til dels overflødiggør skriftlige forretningsgange om rådgivning og information af kunderne. Inspektionerne viste generelt, at virksomhederne opfylder deres forpligtelser i henhold til god skik bekendtgørelserne på området.

2.3.4 Inspektioner hos finansielle virksomheder, som tilbyder værdipapirhandel på Internettet

Finanstilsynet har gennemført 3 inspektioner hos finansielle virksomheder, der tilbyder værdipapirhandel på nettet.

Inspektionerne havde til formål at undersøge om virksomhederne overholder reglerne om investorbekyttelse i bekendtgørelsen om investorbekyttelse ved værdipapirhandel og bekendtgørelsen om udførelse af ordre om værdipapirhandel.

Bekendtgørelserne, som blev beskrevet i sidste års rapport, trådte i kraft 1. november 2007, og indeholder bl.a. regler om rådgivning af kunder. Når en værdipapirhandler yder porteføljepleje eller investeringsrådgivning, skal han foretage en egnethedstest af kunden. En egnethedstest betyder, at der skal indhentes oplysninger om kundens kendskab, erfaring og økonomiske formåen i relation til værdipapirhandel.

Desuden skal værdipapirhandleren, når han udfører eller formidler en ordre, foretage en hensigtsmæssighedstest. Ved en hensigtsmæssighedstest forstås en vurdering af, om produktet er hensigtsmæssigt for kunden. Vurderingen sker ved, at værdipapirhandleren indhenter viden om kundens kendskab til og erfaring med investeringsområdet. En værdipapirhandler kan dog udføre en specifik ordre fra en kunde uden rådgivning som en execution only-ordre.

Et centralt led i inspektionerne var at undersøge, hvorledes virksomheden havde implementeret de nye krav om egnethedstest og hensigtsmæssighedstest i forbindelse med handel på nettet.

Inspektionerne viste, at de undersøgte virksomheder yder rådgivning og information om risici ved værdipapirhandel i forbindelse med, at kunde-forholdet etableres, således at kunderne først får mulighed for at handle på egen hånd efter at være informeret om de produkter, der er adgang til at handle og de risici, der er forbundet med at handle med værdipapirer.

Selve værdipapirhandlen på nettet udføres generelt som execution only uden rådgivning af kunderne. Er der mulighed for at handle med komplekse produkter, foretages der en hensigtsmæssighedstest af kunden – enten i forbindelse med den enkelte handel, eller når kunden første gang ønsker at handle et komplekst produkt.

Inspektionerne viste, at de undersøgte virksomheder generelt opfylder kravene til investorbekyttelse i de to bekendtgørelser.

2.3.5 Generel god skik inspektioner i store pengeinstitutter

Finanstilsynet har endelig gennemført en generel god skik inspektion i 2 pengeinstitutter med henblik på at undersøge, hvordan helt store pengein-

stitutter tilrettelægger deres virksomhed, så reglerne om god skik overholdes.

Inspektionerne viste, at begge pengeinstitutter har forretningsgange, medarbejderinstrukser og elektroniske rådgivningsværktøjer, der til sammen generelt sikrer, at god skik overholdes. Ligesom begge pengeinstitutter løbende overvåger, at reglerne overholdes og at medarbejderne har de nødvendige kompetencer til at opfylde kravene til loyal og fyldestgørende information og rådgivning af deres kunder.

Undersøgelserne viste i øvrigt, at man havde tilrettelagt den måde hvorpå god skik forpligtelserne opfyldes meget forskelligt.

2.3.6 Inspektioner i pengeinstitutter, som sælger strukturerede produkter

Foranlediget af den kritik af salg af strukturerede produkter, som blev fremsat i Nationalbankens kvartalsrapport i april 2007, gennemførte Finanstilsynet 2 inspektioner med særligt fokus på rådgivning og salg af strukturerede produkter i pengeinstitutter, som aktivt havde markedsført salg af strukturerede obligationer.

Inspektionerne havde til formål at afdække, hvilke kunder, der tilbydes strukturerede produkter, hvordan de rådgives og hvordan pengeinstituttet dokumenterer den ydede rådgivning. I forbindelse med inspektionerne drøftede man tillige, hvilke ændringer implementeringen af MiFID-direktivets investorbekyttelsesregler ville medføre i virksomheden.

Inspektionerne viste, at kravene til rådgivning og information i god skik reglerne generelt var blevet efterlevet, når pengeinstitutterne havde tilbudt deres kunder strukturerede produkter. Dog havde man ikke forretningsgange, som sikrede en systematisk dokumentation og overvågning af, at relevante forretningsgange og instrukser var blevet overholdt.

Imidlertid havde begge pengeinstitutter iværksat tiltag som følge af de nye MiFID-regler, som vil bidrage til en mere systematisk dokumentation og overvågning af rådgivningen.

2.4 Overordnede observationer

Inspektionerne har vist, at virksomheder generelt overholder reglerne om god skik, hvilket afspejler, at reglerne i høj grad er en kodificering af, hvordan man som finansiel virksomhed bør behandle sine kunder, hvis man ønsker at opretholde længerevarende kundeforhold og undgå, at virksomheden påtager sig en uønsket økonomisk risiko i kundeforholdene.

Finanstilsynet er dog i forbindelse med de generelle god skik inspektioner i store pengeinstitutter og inspektionerne i pengeinstitutter, der sælger strukturerede produkter, blevet opmærksom på en ny tendens i markedet, som indebærer, at detailkunder ikke tilbydes egentlig investeringsrådgiv-

ning om specifikke værdipapirer, med mindre de har en betydelig formue - typisk på ikke under 1-2 mio. kr.

Kunder, der ønsker at investere mindre beløb - fx i størrelsesordenen 50.000 til 100.000 kr. - henvises i stigende grad til at investere i investeringsforeningsbeviser fra den eller de investeringsforeninger, som pengeinstituttet samarbejder med eller til selv at stå for deres investeringer ved på egen hånd at handle værdipapirer via en netbank. Her gennemføres handlerne som execution only – det vil sige handler, hvor pengeinstituttet ikke rådgiver kunden i forbindelse med handlen, men alene gennemfører den ordre, kunden har givet.

Der er således en tendens til, at almindelige forbrugere enten placerer deres midler i investeringsforeninger eller selv foretager konkrete investeringer i aktier og obligationer via en netbank uden at få rådgivning i forbindelse med den enkelte handel. Inden kunderne kan foretage investeringer via en netbank skal banken have rådgivet generelt om handel med værdipapirer og foretaget en egnethedstest af kunden, hvor man blandt andet har opstillet kundens risikoprofil.

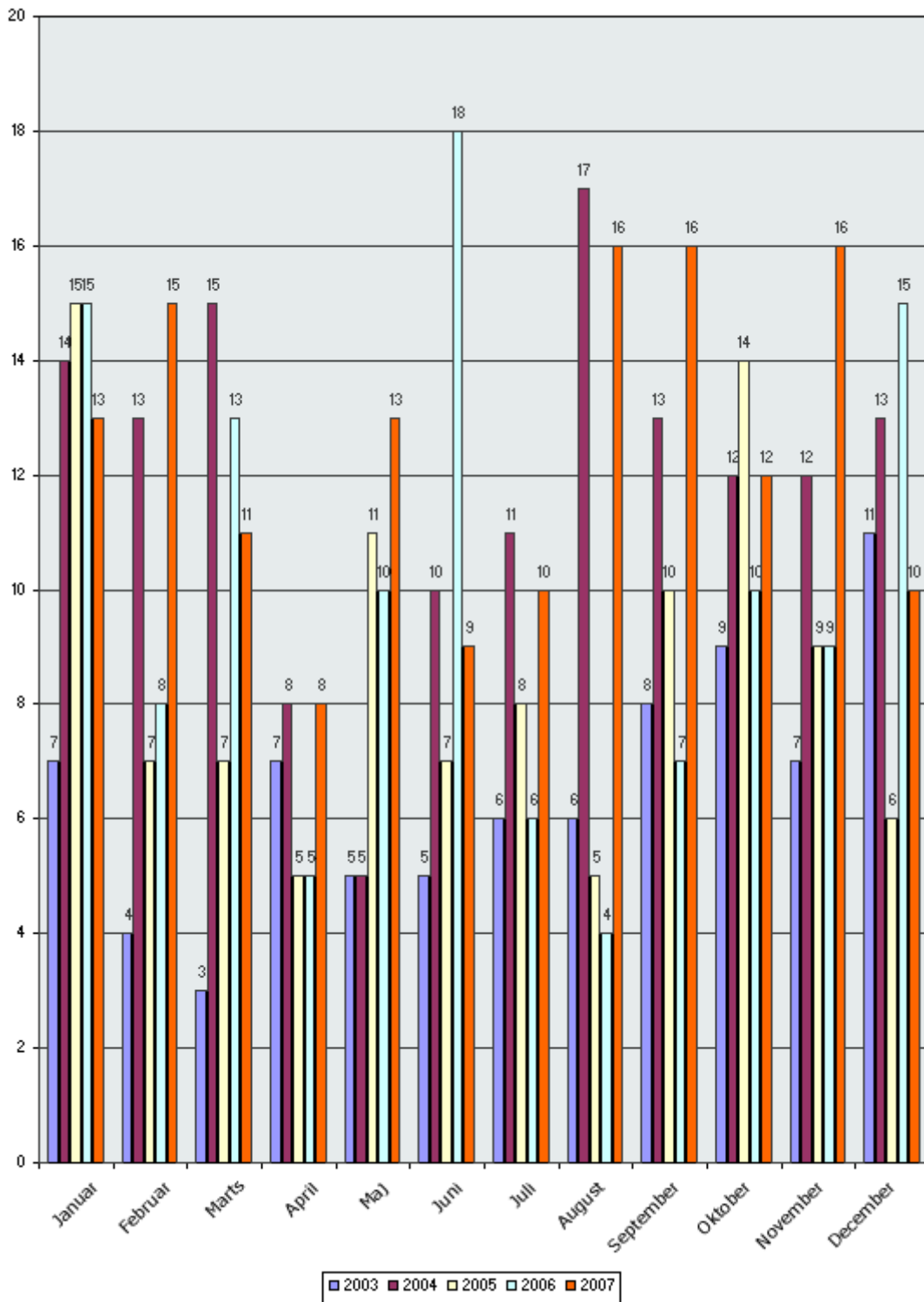
3. Behandlede sager i 2007

Finanstilsynet kan tage sager op på basis af en klage, af egen drift eller efter anmodning fra Det Finansielle Virksomhedsråd eller Forbrugerombudsmanden.

Finanstilsynet har siden medio 2004 offentliggjort en statistik over trufne afgørelser, ligesom antallet af behandlede sager samt udfaldet heraf offentliggøres på tilsynets hjemmeside og opdateres månedligt.

Af de 144 sager, som Finanstilsynet behandlede i 2007, vedrørte 24 % sager, som klageren burde have sendt direkte til de finansielle ankenævn, idet de vedrørte en konkret tvist om et økonomisk krav.

I 3 % af sagerne gav Finanstilsynet den pågældende virksomhed et påbud om, at den skulle ændre praksis, mens man i 3 % af sagerne gav virksomheden en påtale for ikke at have overholdt reglerne om god skik. I 10 % af sagerne vurderede Finanstilsynet derimod, at god skik reglerne var overholdt. De resterende 60 % af de behandlede sager hørte under kategorien "øvrige sager". Denne kategori indeholder blandt andet sager, hvor Finanstilsynet har orienteret klager om lovgivningen eller gældende praksis, samt anonyme henvendelser, som ikke vedrører overtrædelser af reglerne.



Antallet af behandlede god skik-sager i 2003-2007 opgjort månedsvis

3.1 Sager af generel interesse

Finanstilsynet offentliggør afgørelser af generel interesse på tilsynets hjemmeside. Af sager af mere generel karakter, som har været behandlet i 2007, kan nævnes:

3.1.1 Flytning af NemKonti

Finanstilsynet har i løbet af 2007 behandlet flere sager om NemKontoordningen.

Det følger af § 3 i bekendtgørelse nr. 1222 af 19. oktober 2007 om god skik for finansielle virksomheder, at de finansielle virksomheder, herunder pengeinstitutter, skal handle redeligt og loyalt overfor deres kunder.

Finanstilsynet finder, at det er i strid med reglerne om god skik for finansielle virksomheder, hvis en NemKonto ændres uden, at kunden (borgeren eller virksomheden) udtrykkeligt har anmodet om det. Det vil med andre ord sige, at en NemKonto kun kan flyttes med kundens samtykke. Derudover skal pengeinstitutterne i tvivlstilfælde kunne dokumentere, at kunden ønskede sin NemKonto ændret på det tidspunkt, hvor kontoen blev ændret.

Finansrådet har tidligere på året efter anmodning fra Finanstilsynet indskærpet, at ændring af en kundes NemKonto kun må ske på kundens foranledning. Ligesom Finanstilsynet også har præciseret det i vejledning til bekendtgørelse om god skik for finansielle virksomheder.

Alligevel har Finanstilsynet konstateret, at der har været et stigende antal klager indenfor dette område. Sagerne har typisk ført til, at Finanstilsynet har givet det involverede pengeinstitut en påtale for overtrædelse af § 3. I to tilfælde har Finanstilsynet givet et påbud, da pengeinstitutets ikke havde ændret adfærd og fortsatte med at ændre NemKonti uden samtykke.

3.1.2. Retten til at have en indlånskonto

Det følger af § 19 i bekendtgørelse om god skik for finansielle virksomheder, at et pengeinstitut ikke uden en individuel og saglig begrundelse kan nægte at oprette en almindelig indlånskonto til en kunde. Begrundelsen skal på anmodning gives i papirformat eller på andet varigt medium.

Bestemmelsen indeholder krav til pengeinstitutterne om at oprette en almindelig indlånskonto, medmindre der er en individuel saglig begrundelse for at nægte det, men den giver ikke en egentlig civilretlig kontraheringspligt.

Retten til en almindelig indlånskonto gælder alene for privatkunder, idet de som lønmodtagere eller modtagere af offentlige ydelser har behov for en konto for at kunne modtage løn og andre ydelser her i landet. Det samme gør sig gældende for personer bosat i udlandet med tilsvarende behov. Der er ikke pligt til at knytte kreditfaciliteter eller andre ydelser til

indlånskontoen. Pengeinstitutterne er heller ikke forpligtet til at tilbyde konti, hvor der er særlige fordele eller vilkår. Det er uden betydning, hvilke andre konti pengeinstituttet ellers tilbyder deres kunder. Konti, hvis formål eksempelvis er investering, falder således også uden for bestemmelsens anvendelsesområde.

Pengeinstituttet kan afvise at oprette eller videreføre en indlånskonto, hvis det er en konkret, saglig grund til det. Det kan fx være tilfældet, hvis kunden optræder anstødeligt eller er til gene for pengeinstituttets øvrige kunder og/eller ansatte. Et pengeinstitut kan derimod ikke afvise at oprette en indlånskonto med den begrundelse, at kunden er registreret i RKI.

Finanstilsynet modtager jævnligt henvendelser fra kunder, som ikke mener, at bestemmelsen bliver overholdt.

3.1.3. Undersøgelse af pengeinstitutters markedsføring af højrentekonti

Finanstilsynet har undersøgt pengeinstitutternes markedsføringsmateriale i forbindelse med pengeinstitutternes massive markedsføring af højrentekonti i foråret 2007.

Det følger af § 8, stk. 1, nr. 1 i bekendtgørelse om information til forbrugere om priser m.v. i pengeinstitutter (prisoplysningsbekendtgørelsen), at hvis der i markedsføringsmateriale for indlånskonti oplyses om prisen på produkter, herunder renten, skal pengeinstituttet kun anføre den nominelle årlige rente.

Undersøgelsen viste, at pengeinstitutterne overholder de gældende regler i prisoplysningsbekendtgørelsen, når de markedsfører højrentekonti og andre særlige indlånsprodukter.

Finanstilsynet vurderer imidlertid ikke, at forbrugerne får tilstrækkelig information, når pengeinstitutterne markedsfører deres højrentekonti.

Efter Finanstilsynets opfattelse er det væsentligt for kunderne, at de i markedsføringsmaterialet får at vide, om kontoen er med fast eller variabel rente, da der er forskellige vilkår til en konto for indlån – afhængig af om renten er variabel eller fast. Finanstilsynet vurderer også, at et pengeinstitut i sit markedsføringsmateriale bør oplyse om andre særlige fordele eller begrænsninger knyttet til den enkelte konto.

Finanstilsynet vil på baggrund af undersøgelsens konklusioner i løbet af 2008 drøfte og udforme udkast til nye regler i samarbejde med Finansrådet, Forbrugerrådet og Forbrugerstyrelsen.

4. Information til forbrugerne

I 2007 blev Penge- og Pensionspanelet under Økonomi- og Erhvervsministeriet oprettet. Det skete ved en ændring af lov om finansiel virksom-

hed (lov nr. 576 af 06/06/2007), hvorved der blev indsat et kapitel 19 a, som fastsætter reglerne for et nyt Penge- og Pensionspanel.

Penge- og Pensionspanelet har til formål på en objektiv måde at fremme forbrugernes interesse for og kendskab til finansielle produkter og ydelser (jf. § 333 b, stk. 1). Dermed skal panelet medvirke til at skabe rammerne for en styrket forbrugerindsats på det finansielle område. Penge- og Pensionspanelet står således for den statslige forbrugerinformation på det finansielle område og har endvidere til opgave at tilvejebringe et vidensbaseret grundlag for fremtidige forbrugerinitiativer gennem undersøgelser og analyser.

Penge- og Pensionspanelets medlemmer bliver udpeget af økonomi- og erhvervsministeren, og det består af en formand (med særligt kendskab til forbrugeradfærd) samt 8 medlemmer, der indstilles af henholdsvis arbejdstager-, forbruger- og erhvervsorganisationer. Økonomi- og erhvervsministeriet står for sekretariatsbetjeningen af panelet, og sekretariatet er placeret i Finanstilsynet.

§ 333 b, stk. 2 i lov om finansiel virksomhed fastlægger Penge- og Pensionspanelets arbejdsopgaver. Heraf fremgår det, at panelet har til opgave at

- *udarbejde objektiv og saglig forbrugerinformation:* Efter stk. 2, nr. 1, skal panelet udarbejde objektiv forbrugerinformation. Penge- og Pensionspanelet skal således være ansvarlig for den statslige forbrugerinformation på det finansielle område.
- *foretage og offentliggøre test af finansielle produkter og ydelser:* Efter stk. 2, nr. 2 skal panelet udføre og offentliggøre test af finansielle produkter og ydelser, hvor finansielle produkter og ydelser sammenlignes. Det kan f.eks. være en test, hvor forskellige pensionsprodukter sammenlignes på en række parametre eller en test, hvor det undersøges, hvilket tilbud en prædefineret kunde får, når vedkommende efterspørger en ydelse.
- *iværksætte og offentliggøre undersøgelser om forbrugerforhold:* Efter stk. 2, nr. 3 skal panelet iværksætte og offentliggøre undersøgelser om forbrugeradfærd og forbrugerforholdene på det finansielle område. Undersøgelserne skal danne grundlag for planlægningen af informationsindsatser og bidrage til udformningen af den overordnede forbrugerpolitik på det finansielle område.

Penge- og Pensionspanelet skal udelukkende beskæftige sig med informations- og analysevirksomhed. Tilsynet med at de forbrugerrelaterede informationsregler overholdes, og om virksomhederne lever op til deres forpligtelser til at handle i overensstemmelse med f.eks. god skik, bliver som hidtil varetaget af Finanstilsynet. Ligeledes vil det være op til økonomi- og erhvervsministeren at tage stilling til, om panelets undersøgelser eller analyser skal føre til ændringer i reguleringen af finansielle virksomheder.

Penge- og Pensionspanelet har som sine første initiativer iværksat to undersøgelser. Den ene undersøgelse vedrører unges lån og opsparing, mens den anden undersøgelse skal danne grundlag for et "barometer", der kortlægger forbrugernes erfaringer, tillid og kendskab til forskellige typer finansielle virksomheder.