

Den danske regerings forbrugerpolitiske handlingsplan

Under slagordene "Trygge forbrugere Aktive valg" har den danske regering i midten af august måned præsenteret en forbrugerpolitisk handlingsplan med 23 forskellige forslag, som fordeler sig på følgende 4 områder:

- Information
- Klagemuligheder og håndhævelse
- Rettigheder
- Sikkerhed (vedrører ikke den finansielle sektor)

Især de to førstnævnte områder indeholder forslag på forsikrings- og pensionsområdet. En del af disse forslag er helt eller delvist implementering af EU- regulering, der endnu ikke er vedtaget. Nogle af forslagene fremstår som nye, men er reelt genbrug af tidligere fremsatte forslag.

Den samlede plan kan hentes på <http://www.evm.dk/>.

1. Information

Klare spilleregler for prisportaler

Målet med forslaget er, at prisportaler skal give et retvisende billede af markedet. Forbrugerne skal kunne prissammenligne, og det skal oplyses, hvor mange erhvervsdrivende der sammenlignes med. Endvidere finder regeringen det vigtigt, at antagelser og forudsætninger for prisen angives tydeligt og retvisende. Det er svært at være uenig i disse krav.

Konkret er det planen, at Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen i efteråret 2012 skal offentliggøre en undersøgelse af (danske?) prisportaler. På den baggrund vil regeringen udmelde en række anbefalinger om udformning af portalerne.

Initiativet har betydning i forhold til www.forsikringsguiden.dk, hvor danske forbrugere kan sammenligne skadesforsikringsselskabernes tilbud til forbrugerkunderne. Guiden omfatter indboforsikring, villaforsikring, bilforsikring (ansvar og kasko), fritidshusforsikring samt ulykkesforsikring. Guiden dækker selskaber med en samlet markedsandel på over 90%. Forsikringsbranchen venter, at Forsikringsguiden vil bestå prøven i den kommende undersøgelse. Priser, antagelser og forudsætninger (for priserne) fremgår af sitet. Det kan undre, at den kommende undersøgelse og projektet i det hele taget primært har fokus på pris samt "antagelser og forudsætninger", hvad der så end ligger i disse begreber.

Da forsikringsbranchen etablerede Forsikringsguiden, og forgængerer www.Forsikringsluppen.dk, var prisen vigtig. Men mindst ligeså vigtig var produkterne . Hvad er det forbrugeren får for prisen, og hvilke dækninger indeholder de gængse forsikringer på de forskellige områder? Prisportaler bør medvirke til at løfte forbrugernes viden om de ganske komplicerede forsikringsprodukter og sætte dem i stand til at købe produkter, der matcher den enkeltes behov. Prisen kommer faktisk i anden række.

Forslaget nævner også, at der skal ses på anvendelsen af forbrugeranmeldelser på nettet. Falske anmeldelser og vildledende oplysninger er eksploderet i takt med udbredelsen af disse "folkedomstole". Det er også for år tilbage gået ud over nogle forsikringssselskaber. Forbrugerombudsmanden vil undersøge, om der er markeds-mæssige problemer på området, og om der evt. skal udarbejdes en vejledning for hjemmesider, som baserer sig på forbrugernes subjektive anmeldelser.

Ser fra et erhvervssynspunkt er der tale om et meget svagt og upræcist initiativ, som næppe vil få den store effekt på forsikrings- og pensionsområdet med stærk informationsasymmetri – hér til fordel for forbrugerne. Forbrugerne kan i mange sager stort set kvit og frit offentliggøre kritik af den forsikringssselskabet. Tavshedspligten hindrer i mange tilfælde, at selskaberne kan tage til genmæle over for beskyldninger fra omverdenen.

Bedre information om gebyrer

Regeringen ønsker øget synlighed om gebyrer for service, opkrævninger, rykkere osv. I dag skal pengeinstitutterne offentliggøre en liste over samtlige gebyrer på deres hjemmeside.

Regeringen mener, at mange pensionskunder har svært ved at overskue, hvilke administrative gebyrer der skal betales, f.eks. i forbindelse med løbende udbetalinger af pensionsydelse og flytning af pensionsordninger. Også kunderne i skadesforsikrings-selskaber menes at have svært ved at overskue gebyrerne, f.eks. ved for sen indbetaling af forsikringspræmien.

Regeringen vil derfor i lighed med hvad der gælder for pengeinstitutterne indføre pligt for forsikrings- og pensionssselskaberne til at etablere oversigt over samtlige gebyrer på deres hjemmeside.

Information om tillægssikringer

I Danmark markedsfører især detailhandelen en del såkaldte tillægssikringer. Forsikringerne er ganske udbredte i forbindelse med køb af "hårde hvidevarer" (vaskemaskiner, køleskabe osv.), radio- og tv-apparater, computere, cykler osv. Regeringen vil på baggrund af en undersøgelse, som Finanstilsynet gennemførte i 2010 af markedet for tillægssikringer, indkalde detailhandelen til en dialog om status på

markedet og hvordan det kan sikres, at forbrugerne bliver informeret tilstrækkeligt og skiftligt om tillægssikringernes dækning.

Forslaget kommer efter, at detailhandelen i de senere år ved flere lejligheder er blevet kritiseret for at oversælge tillægssikringerne, bl.a. ved ikke at gøre opmærksom på, at forbrugerne i betydeligt omfang allerede er dækket ind i kraft af deres indboforsikring. Allerede i dag skal formidleren af tillægssikringer oplyse forbrugeren om, hvad forsikringen dækker. Det følger af retningslinjer fra Finanstilsynet.

Det kan selvfølgelig tænkes, at detailhandelen ikke altid får give kunderne den pågældende information, inden tillægssikringen købes. Det er også sandsynligt, at kundens fokus i købsøjeblikket er glæden over den købte vare, snarere end eventuelle skader og tegning af forsikring.

Det bedste råd til kunderne er måske derfor i første omgang at tjekke, hvilken dækning indboforsikringen giver i forhold til det købte. Hvilke typer af skader, der er dækket, og erstattes der til nyværdi eller efter afskrivningstabeller? Uanset resultatet af regeringens overvejelser vil forbrugerne nok aldrig kunne frigøre sig for pligten til ved tegning af en forsikring at tjekke allerede eksisterende forsikringer med dækning af samme genstande, som nu skal forsikres.

Bedre finansiel rådgivning

Kravene til rådgivning om finansielle produkter, herunder forsikrings- og pensionsprodukter er vokset kraftigt i de senere år.

I Danmark er kravene baseret på offentligretlig lovgivning, som primært håndhæves som led i det finansielle tilsyn med branchens virksomheder. Kravene findes bl.a. i forsikringsformidlingsloven, der implementerer EU- direktivet fra 2002 suppleret med en solid dansk "goldplating" med bl.a. det internationalt omtalte forbud mod selskabsprovision til de uafhængige forsikringsmæglere.

Endvidere findes der ganske udførlige regler om oplysning og rådgivning i en særlig bekendtgørelse om god skik for kundebehandling i finansielle virksomheder med tilhørende vejledning og i en række mere konkrete forskrifter og vejledninger fra Finanstilsynet. Ligesom forsikringsformidlingsloven er en betydelig del af reglerne baseret på EU- forskrifter .Flere af disse er på vej, bl.a. et revideret forsikringsformidlingsdirektiv (IMD2) og forslaget til forordning om vigtig information til forbrugere, der køber investeringsprodukter, de såkaldte PRIIP's. Disse produkter findes også i livs- og pensionsforsikring, bl.a. i form af bl.a. unit link delprodukter.

En række informationsforpligtelser følger også af Solvens II og den supplerende forbrugerorienterede regulering fra EU og fra EIOPA (European Insurance and

Occupational Pensions Authority). EIOPA har således et omfattende program for regulering til sikring af gode forhold for forbrugere, der køber forsikrings- og pensionsprodukter. Det første eksempel på sådanne regler er Guidelines on Complaints Handling by Insurers, som EIOPA offentliggjorde i slutningen af juni måned, og som nu skal implementeres i medlemslandene.

Den danske regering vil udover at udbygge den offentligretlige regulering nu gøre endnu et forsøg på at supplere med civilretlig regulering i form af skærpet erstatningsansvar for mangelfuld eller forkert rådgivning. Der vil til det formål blive nedsat et udvalg, der skal se nærmere på bl.a. bevisbyrdereglerne.

Med i billedet hører, at et tilsvarende udvalg i slutningen af 1990'erne var dybt splittet m.h.t. behovet for lovgivning om erstatningsansvaret for forkert eller mangelfuld finansiel rådgivning, der derfor dengang heller ikke blev til noget.

2. **Klagemuligheder og håndhævelse**

Gode klagemuligheder

Regeringen vil strømline det danske forbrugerklagesystem, så flest mulige klager behandles i private ankenævn, som er godkendt af ministeren, således som det er tilfældet for Ankenævnet for Forsikring. Regeringen nævner samtidig, at den vil tilpasse det danske system til direktivet om Alternative Dispute Resolution. Der henvises til min artikler herom i NFT 1 og 2/2012.

Styrket håndhævelse

Regeringen ønsker at styrke forbrugerombudsmandens muligheder for at håndhæve reglerne om markedsføring over for forbrugerne, herunder forbrugere der køber forsikringer og pensionsordninger. Inspireret af EU- lovgivningen bl.a. på det finansielle område får forbrugerombudsmanden mulighed for at udstede administrative bødeforlæg. Bøderne vil f.eks. kunne anvendes i spam-sager og i sager om vildledende markedsføring, hvis der er tale om enkle og ukomplicerede tilståelsessager uden bevistvivl eller tvivl om sanktionsniveauet.

Samtidig får forbrugerombudsmanden mulighed for at anvende markedsføringslovens regler om vildledende markedsføring og prisoplysninger på forhold i den finansielle sektor, herunder forsikringsbranchen. Det må betyde, at de nævnte administrative bøder også vil kunne anvendes af forbrugerombudsmanden i den finansielle sektor, hvor forbrugertilsynet ellers varetages af Finanstilsynet.

3. Rettigheder

Bedre muligheder for at samle små pensionsordninger

I Danmark er langt størsteparten af arbejdsstyrken omfattet af en obligatorisk ordning, der enten er baseret på kollektive aftaler mellem organisationerne på arbejdsmarkedet eller på aftaler mellem arbejdsgiveren og et pensionselskab om pensionsordning for virksomhedens ansatte.

I takt med de seneste årtiers udvikling med stadig hyppigere jobskifte hen gennem livet er antallet af pensionsordninger med små opsparede kapitaler vokset. Mange af ordningerne er så små, at kapitalen eller en meget stor del af den "ædes op" af administrationsbidrag. Værdien i ordningerne vurderes til samlet at være et tocifret milliardbeløb.

Regeringen har derfor nedsat et udvalg med deltagelse af en række ministerier, arbejdsmarkedets parter samt Forsikring & Pension til at fremkomme med ét eller flere løsningsforslag på, hvordan opsparingerne kan samles og overføres til ordninger, hvor omkostningerne er lave og hvor afkastet er så højt som muligt. Forslaget synes at sigte på pensionsordninger, der er baseret på de kollektive aftaler mellem organisationerne på arbejdsmarkedet og omfatter derfor næppe firmapensionsordningerne.

4. Sikkerhed

Der ikke under dette punkt forslag, som berører forsikringsbranchen.

Afsluttende kommentarer

For en umiddelbar betragtning er det prisværdigt, at den danske regering lancerer en forbrugerpolitisk handlingsplan.

Efter en nærmere analyse forekommer planen dog uambitiøs. Hertil kommer, at den i vidt omfang relancerer tidligere igangsatte initiativer eller initiativer, som er baseret på EU-lovgivning, som under alle omstændigheder skal implementeres i Danmark.

Planen er også uambitiøs, fordi den ikke rummer nogen form for nytænkning i forhold til mål og midler i forbrugerpolitikken. Det er genanvendelse af gammelkendte midler i forbrugerpolitikken som (endnu) mere information, flere forbud, skrappe sanktioner osv. Al erfaring viser, at disse midler vel yder et vist bidrag til forbrugerbeskyttelsen, men det rykker ikke for alvor.

Efter min mening er en forudsætning for at forbrugerbeskyttelsen kan få et afgørende løft, at det kan lykkes at få forbrugerne til at indse, at de også selv må tage et større ansvar for egen situation. Det kræver tid, opmærksomhed og kvalifikationer for at modstå reklamepresset og andet markedsføringspres med overdimensioneret fokus på pris frem

for produktindhold, produktsikkerhed og kvalitet. Det forudsætter igen, at samfundet ikke spænder sikkerhedsnet ud under alle de tåbeligheder, vi som forbrugere er med til at begå. Det kræver mod ikke mindst hos politikerne, men vil til gengæld også øge kunne opbakningen til at slå hårdere ned på de erhvervsdrivende, som har succes med at narre ansvarlige og bevidste forbrugere.

Claus Tønnesen