

Markedsføring af forbrugerkredit

- Oplysningskrav i markedsføringslovens § 18

Vejledning

2016

- Oplysningskrav i markedsføringslovens § 18

Forbrugerombudsmanden

Carl Jacobsens Vej 35

2500 Valby

Tlf: +45 41 71 51 51

E-mail: forbrugerombudsmanden@kfst.dk

Online ISBN 978-87-7029-677-9

Vejledningens kvikguide er offentliggjort i januar 2017

Vejledningens paragrafhenvvisninger m.v. er opdateret den 1. juli 2017 i overensstemmelse med den nye markedsføringslov (lov nr. 426 af 3. maj 2017)."

Offentliggjort af Forbrugerombudsmanden

August 2016

Kvikguide

En virksomhed, der markedsfører renter eller andre omkostninger ved lån, kredit eller køb på kredit til forbrugere, skal kende oplysningspligten i markedsføringslovens § 18.

Der er klare regler for, hvad du er forpligtet til at oplyse overfor forbrugerne, når du markedsfører lån, kreditter eller køb på kredit:

Markedsføring af kreditaftaler § 18, stk. 1 og 2

§ 18



§ 18. Enhver markedsføring af kreditaftaler over for forbrugere, som ikke er omfattet af § 19, og som oplyser en rentesats eller talstørrelser vedrørende omkostningerne i forbindelse med forbrugerkredit, skal indeholde følgende standardoplysninger:

- 1) Debitorrenten, herunder om den er fast eller variabel eller begge, og oplysninger om omkostninger, der indgår i forbrugernes samlede omkostninger i forbindelse med kreditten.
- 2) Det samlede kreditbeløb.
- 3) De årlige omkostninger i procent (ÅOP) som beregnet efter lov om kreditaftaler.
- 4) Kreditaftalens løbetid.
- 5) Kontantprisen og størrelsen af en eventuel forudbetaling ved kredit i form af henstand med betalingen for en specifik vare eller tjenesteydelse.
- 6) Det samlede beløb, som skal betales af forbrugeren, og ydelsernes størrelse.

Stk. 2. Standardoplysningerne, jf. stk. 1, skal oplyses klart, kort og på en fremtrædende måde ved hjælp af et repræsentativt eksempel.

Hvornår er der oplysningspligt?



Hvis du oplyser en talstørrelse for bare ét af følgende punkter i din markedsføring, så gælder § 18, og du har derfor oplysningspligt efter § 18:

- » Debitorrenten
- » Den pålydende rente
- » Ydelsen
- » Gebyrsatsen/andre kreditomkostninger
- » ÅOP

Det gælder også, hvis du skriver, at:

- » Kreditten er "rentefri"
- » Der er "nul" gebyrer
- » Der er "intet gebyr for oprettelse"

Hvornår er der IKKE oplysningspligt?



Du har til gengæld ikke oplysningspligt efter § 18, hvis du fx blot skriver at:

- » Renten er "attraktiv"
- » Kreditten er "billig"
- » Omkostningerne er "lave"
- » Lån 25.000 kr. til en fast lav rente

Markedsfører du en helt rente- og omkostningsfri kredit, har du heller ikke oplysningspligt. Se afsnit 2.2

Hvad skal du oplyse?



Når du har oplysningspligt efter § 18, skal du vise følgende standardoplysninger i din markedsføring:

» Debitorrenten variabel	Procentsats og oplysning om, hvorvidt den er fast eller variabel
» ÅOP	Procent før skat
» Ydelse	Beløb pr. tidsinterval
» Løbetid	Tidsperiode, fx i mdr. eller år
» Udbetaling (v. kreditkøb)	Beløb
» Kontantpris (v. kreditkøb)	Beløb
» Samlet tilbagebetaling	Beløb ekskl. evt. udbetaling
» Samlede kreditomkostninger	Et samlet beløb

Se afsnit 4.2.4 til 4.2.11.

Hvordan skal du give oplysningerne?



Du har pligt til at vise standardoplysningerne klart, kort og på en fremtrædende måde i markedsføringen. For at leve op til kravene i § 18 er det fx vigtigt at standardoplysningerne er vist, så forbrugeren umiddelbart får øje på dem. Kravet om, at oplysningerne skal gives fremtrædende, er fx ikke opfyldt, hvis forbrugeren skal klikke på et link for at finde oplysningerne. Standardoplysningerne må heller ikke gives i et upræcist sprog eller være blandet sammen med andre oplysninger.

Se afsnit 4.2.1 og afsnit 4.2.2

Hvad er et repræsentativt eksempel?



Du skal vise standardoplysningerne ved hjælp af et repræsentativt eksempel.

Indholdet af din markedsføring bestemmer, hvad der er et repræsentativt eksempel.

Hvis du fx vil markedsføre et bestemt lånebeløb til en bestemt ydelse, skal eksemplet med standardoplysningerne tage udgangspunkt heri.

Vil du markedsføre flere lån og vise ydelsen for de forskellige lån, så skal du vise et eksempel med standardoplysninger for hvert lån.

Markedsfører du ydelserne ved køb af forskellige varer på kredit, skal du give et eksempel for hver vare.

Hvis du markedsfører et lånebeløb og viser en procentsats, skal standardoplysningerne i eksemplet tage udgangspunkt i de vilkår, som forbrugeren typisk får ved en kredit med denne rente.

Hvad sker der, hvis jeg ikke overholder reglerne?



Hvis du ikke overholder din oplysningspligt efter § 18, så er det en overtrædelse af markedsføringen, der kan straffes med en bøde.

Se afsnit 2.3

Indhold

Kapitel 1	
Baggrund og ikrafttrædelse	6
Kapitel 2	
Introduktion til § 18.....	7
2.1 Hvad er formålet med og indholdet af § 18?.....	7
2.2 Hvilken markedsføring skal overholde § 18?.....	9
2.3 Hvad er straffen for ikke at overholde § 18?	9
2.4 Markedsføringen må heller ikke være vildledende.....	10
Kapitel 3	
Hvem skal overholde § 18 og hvor gælder § 18	11
3.1 Hvem gælder § 18 for?	11
3.2 Hvor gælder § 18 geografisk?	12
Kapitel 4	
Gennemgang af begreber og krav i § 18	13
4.1 Sådan skal § 18, stk. 1, forstås	13
4.2 Sådan skal kravene i § 18, stk. 2, forstås.....	21
4.3 Oplysningskrav, når forbrugeren skal købe tillægsydelser for at få kreditten - § 18, st. 3	26
4.4 Hvad skal kreditformidler oplyse om sine beføjelser - § 18, stk. 4	27
Kapitel 5	
Praksis.....	30
5.1 Eksempler, hvor § 18 overholdes	31
5.2 Eksempler på overtrædelse af markedsføringslovens § 18 og evt. § 5 og § 6.....	32
5.3 Dom afsagt af Retten i Glostrup den 20. november 2013	38
5.4 Dom afsagt af Retten i Glostrup den 18. november 2013	39
5.5 Dom afsagt af Retten i Roskilde den 10. januar 2014.....	40

Kapitel 1

Baggrund og ikrafttrædelse

Gennem de senere år har Forbrugerombudsmanden haft fokus på virksomheders markedsføring af lån og kreditter til forbrugere. Det gælder fx markedsføring af billån, forbrugslån, kassekreditter og de såkaldte kortfristede lån.

Det har ført til en række straffesager, hvoraf nogle er afgjort ved udenretlige bødeforelæg og andre ved domstolene.

Forbrugerombudsmanden kan dog fortsat konstatere, at virksomheder ofte overtræder kredit- oplysningskravene i markedsføringslovens § 18¹, når de markedsfører forbrugerkreditter.

Derfor har Forbrugerombudsmanden udarbejdet en vejledning om sin fortolkning af § 18 i håb om, at det vil øge virksomhedernes fokus på reglerne og dermed mindske antallet af overtrædelser af bestemmelsen.

Vejledningen indeholder en detaljeret gennemgang af, hvad oplysningskravene i § 18 nærmere går ud på. Den indeholder også praktiske eksempler på lovlig og ulovlig markedsføring af kreditter.

Det er tanken, at vejledningen løbende skal revideres, efterhånden som der kommer ny praksis fra domstolene eller Forbrugerombudsmanden.

I vejledningen bruges ordet "kredit" eller "kreditter" som en samlebetegnelse for alle typer finansieringsmuligheder, som udbydes til forbrugere, og som er omfattet af kreditaftaleloven. Det kan fx være lån, kassekredit, kontokort, leje med henblik på eje og kreditkøb.

¹ Lov om markedsføring nr. 426 af 3. maj 2017.

Kapitel 2

Introduktion til § 18²

Dette kapitel indeholder en helt kort introduktion til § 18 og bestemmelsens samspil med forbuddet mod vildledende markedsføring i markedsføringslovens § 5 og § 6.

- » 2.1 beskriver formålet med og indholdet af § 18. Bestemmelsen er citeret med links til de relevante afsnit i den øvrige del af vejledningen, og der er indsat et repræsentativt eksempel.
- » 2.2 beskriver hvilken markedsføring, der skal overholde § 18.
- » 2.3 beskriver straffen for at overtræde § 18.
- » 2.4 beskriver kort forbuddet mod vildledende markedsføring i markedsføringslovens § 5 og § 6.

2.1 Hvad er formålet med og indholdet af § 18?

Formålet med kreditoplysningspligten i § 18 er at skabe større gennemsigtighed på kreditmarkedet, så forbrugerne nemmere kan sammenligne forskellige kreditmuligheder. Bestemmelsen skal desuden beskytte forbrugerne mod vildledende markedsføring af kreditter og sikre, at forbrugerne får et retvisende billede af kreditmuligheden allerede på markedsføringstidspunktet³. Dermed kan forbrugerne træffe deres beslutning om eventuelt at reagere på markedsføringen på et oplyst grundlag.

² Den 1. juli 2017 trådte den nye lov om markedsføring nr. 426 af 3. maj 2017 i kraft. Bestemmelsen i lovens § 18 gennemfører artikel 4 og 21, litra a i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2008/48/EF af 23. april 2008 om forbrugerkreditaftaler. Den øvrige del af direktivet er implementeret i kreditaftaleloven (LBK nr. 347 af 2. april 2014). Forbrugerkreditdirektivet er udtryk for totalharmonisering.

³ Jf. bemærkningerne til § 18 i forslag til lov om markedsføring fremsat den 12. oktober 2016 samt pkt. 2.3, i forslag til lov om ændring af lov om kreditaftaler og lov om markedsføring fremsat den 16. december 2009 (L91) og bemærkning 18 i forbrugerkreditdirektivets præempel.

§ 18 har denne ordlyd:

Boks 2.1
Markedsføring af kreditaftaler § 18

§ 18. Enhver markedsføring af kreditaftaler over for forbrugere, som ikke er omfattet af § 19, og som oplyser en rentesats eller talstørrelser vedrørende omkostningerne i forbindelse med forbrugerkredit, skal indeholde følgende standardoplysninger:

- 1) Debitorrenten, herunder om den er fast eller variabel eller begge, og oplysninger om omkostninger, der indgår i forbrugerens samlede omkostninger i forbindelse med kreditten.
- 2) Det samlede kreditbeløb.
- 3) De årlige omkostninger i procent (ÅOP) som beregnet efter lov om kreditaftaler.
- 4) Kreditaftalens løbetid.
- 5) Kontantprisen og størrelsen af en eventuel forudbetaling ved kredit i form af henstand med betalingen for en specifik vare eller tjenesteydelse.
- 6) Det samlede beløb, som skal betales af forbrugeren, og ydelsestørrelse.

Stk. 2. Standardoplysningerne, jf. stk. 1, skal oplyses klart, kort og på en fremtrædende måde ved hjælp af et repræsentativt eksempel.

Stk. 3. Hvis indgåelsen af en aftale om en accessorisk tjenesteydelse i forbindelse med kreditaftalen, herunder en forsikring, er obligatorisk for at opnå kreditten eller for at opnå kreditten på de annoncerede vilkår og betingelser og en sådan aftales omkostninger ikke kan beregnes på forhånd, skal forpligtelsen til at indgå denne aftale også være oplyst klart, kort og på en fremtrædende måde sammen med de årlige omkostninger i procent (ÅOP).

Stk. 4. En kreditformidler skal i markedsføring og i dokumentation henvendt til forbrugere gøre opmærksom på omfanget af sine beføjelser, herunder om vedkommende udelukkende samarbejder med en eller flere kreditgivere eller optræder som selvstændig mægler.

§ 18 forpligter virksomheden til at give bestemte oplysninger i sin markedsføring. Det er fx oplysning om de samlede kreditomkostninger, ÅOP, og hvor det er relevant oplysning om, at forbrugeren skal indgå aftale om en tillægsydelse for at få kreditten. Oplysningerne i § 18, stk. 1 og 3, skal gives ved hjælp af et repræsentativt eksempel. Se eksempel A.

Det repræsentative eksempel skal indeholde alle de oplysninger, der er nævnt i § 18, stk. 1. Det gælder, selvom det ikke ville være vildledende for forbrugeren, hvis virksomheden undlod at give nogle af oplysningerne. Det gælder også, uanset hvilket medie virksomheden vælger at bruge til at markedsføre forbrugerkreditten.⁴

⁴ Der opstilles hverken i markedsføringsloven eller i forbrugerkreditdirektivet modifikationer til oplysningspligten i § 18.

Eksempel A: Repræsentativt eksempel ved markedsføring af forbrugerkredit på op til 40.000 kr. med rentespænd:

Boks 2.2
Eksempel A: Repræsentativt eksempel ved markedsføring af forbrugerkredit på op til 40.000 kr. med rentespænd

Lån op til 40.000 kr. Rente fra 9,90 pct. op til 16,90 pct.

Saml. kreditbeløb: 36.800 kr. Løbetid 5 år. Fast debitorrente: 9,90 - 16,90 pct.
Mdl. ydelse: 840 kr. - 967 kr. Saml. kreditomk.: 13.578 kr. - 21.203 kr.,
Saml. tilbagebetaling: 50.378 kr. - 58.003 kr. ÅOP: 13,94 pct. - 21,46 pct.
Forudsætter betaling via netbank samt køb af låneforsikring hos X- forsikring

Vi samarbejder med X-bank. Der er fortrydelsesret på lånet.

Kommentar: § 18, stk. 3, opfyldes i fjerde sætning. § 18, stk. 4, opfyldes i sidste sætning efter det repræsentative eksempel.

Se flere eksempler i kapitel 5 – Praksis.

2.2 Hvilken markedsføring skal overholde § 18?

Hvis en virksomhed markedsfører en forbrugerkredit ved at fortælle, hvad renten eller nogle af de andre kreditomkostninger (fx ydelsen) er, så gælder markedsføringslovens § 18.

Boks 2.3
Eksempel B: Markedsføring der er omfattet af § 18, fordi kreditomkostningerne er nævnt (vist med rødt)

"Få den nye smartphone finansieret. Betal kun **299 kr. pr. måned**"
"Realkreditlån, **3 pct. fast pålydende rente**"
"Alle brillestel, **0 kr. i oprettelsesgebyr**"
"Kreditkort med **rentefri kredit** i op til 2 måneder"

Se også afsnit 4.1.3

Indeholder reklamen slet ikke oplysninger om talstørrelsen af kreditomkostningerne, gælder markedsføringslovens § 18 ikke.

Boks 2.4
Eksempel C: Markedsføring, der ikke er omfattet af § 18:

"Lån op til 50.000 kr. Se hvor billigt det er på www.kreditgiver.dk."
"Køb den nyeste bilmodel for kun 290.000 kr. og få attraktiv finansiering gennem os"
"Lån op til 20.000 kr. billigt"
"0 kr. i udbetaling. Mdl. lav rente"

2.3 Hvad er straffen for ikke at overholde § 18?

Virksomheder er blevet idømt bøder på mellem 25.000 kr. og 600.000 kr. i sager om førstegangsovertrædelse af § 18. Både forsætlig og uagtsom⁵ overtrædelse af § 18 kan straffes med bøde.⁶

⁵ Det fremgår af markedsføringslovens § 37, stk. 3 og 7, jf. § 19 i straffeloven (LBK nr. 1052 af 4. juli 2016.)

Bøderne er blevet udmålt efter forholdets grovhed og omfang, samt hvilken fortjeneste virksomheden har opnået eller tilsigtet at opnå med den ulovlige markedsføring. Der kan tillige nedlægges påstand om konfiskation af udbyttet ved den ulovlige markedsføring.

2.4 Markedsføringen må heller ikke være vildledende⁷

Når virksomheden har sikret sig, at markedsføringen af kreditten overholder § 18, skal virksomheden vurdere, om der eventuelt skal gives andre oplysninger for at undgå, at markedsføringen bliver vildledende i strid med markedsføringslovens § 5 og § 6.

Markedsføringen af kreditten vil blandt andet være vildledende, hvis væsentlige informationer fremstår dobbelttydige, er skjult eller helt er udeladt, og det samtidig er egnet til mærkbart at forvride forbrugernes økonomiske adfærd på markedet. Markedsføringen vil fx være vildledende, hvis en kreditmulighed markedsføres, som om alle kan få kreditten, hvis blot de ikke er registreret i RKI, mens det i virkeligheden kun er forbrugere med en årsindtægt på 700.000 kr. eller derover, som kan få kreditten på de markedsførte vilkår.

I kapitel 4 og 5 er der eksempler på, hvordan markedsføringslovens § 5, § 6 og § 18 supplerer hinanden og påvirker virksomhedens oplysningspligt.

⁶ Forbrugerkreditdirektivets artikel 23 pålægger medlemsstaterne at fastsætte sanktioner for overtrædelse af de regler, der gennemfører direktivet i national ret. Sanktionerne skal være effektive, stå i rimeligt forhold til overtrædelsen og have afskrækkende virkning.

⁷ Af forarbejderne til markedsføringslovens § 18 fremgår, at virksomhederne både skal overholde oplysningspligten i § 18 og kravene i § 5 og § 6 om, at markedsføringen ikke må være vildledende. Det følger også af forbrugerkreditdirektivets artikel 4, stk. 4.

Kapitel 3

Hvem skal overholde § 18 og hvor gælder § 18

Kapitel 3 beskriver anvendelsesområdet for § 18 for så vidt angår personkreds og geografi.

- » 3.1 beskriver, hvem § 18 gælder for.
- » 3.2 beskriver ansvarsfordelingen mellem kreditgiver og kreditformidler.
- » 3.3 beskriver, hvornår § 18 gælder ved markedsføring af forbrugercredit i andre lande.

3.1 Hvem gælder § 18 for?

Markedsføringsloven gælder både for private erhvervsvirksomheder og offentlige virksomheder, hvis de udbyder varer eller tjenesteydelser. Det fremgår af § 1, stk. 1, i markedsføringsloven.

Alle private erhvervsvirksomheder og offentlige virksomheder, der udbyder forbrugerkreditter på markedet – herunder også finansielle virksomheder – er omfattet af § 18.⁸ Enkeltmandsvirksomheder er også omfattet af reglerne i markedsføringsloven og dermed af § 18.

Fagforeningers markedsføring af kreditmuligheder over for deres medlemmer vil også være omfattet af § 18, hvis der er tale om erhvervmæssig virksomhed.⁹

3.1.1 Ansvarsfordelingen mellem kreditgiver og kreditformidler

Både kreditgivere og kreditformidlere skal overholde § 18.

Kreditgivere er fx finansieringsselskaber, pengeinstitutter og realkreditinstitutter.¹⁰

Kreditformidlere markedsfører andre virksomheders kreditprodukter mod at få betaling eller anden aftalt finansiel modydelse. Kreditformidlere kan fx være bilforhandlere, håndværkere, tandlæger, kirurgiske klinikker, detailhandlere, internetbutikker og andre, som markedsfører lån til køb af deres varer eller tjenesteydelser. Det kan blandt andet ske i annoncer, tilbudsaviser, brochurer, på hjemmesider eller i et fysisk butikslokale. I afsnit 4.4.1. gengives definitionen på kreditformidlere nærmere.

En kreditformidler er ansvarlig for, at den markedsføring, som formidleren udarbejder eller får udarbejdet, er korrekt og fyldestgørende. Selvom kreditformidleren rådfører sig med kreditgiveren om, hvilke oplysninger der skal gives, vil kreditformidleren fortsat bære et selv-

⁸ Finansielle virksomheder er defineret i lov om finansiel virksomhed § 5, stk. 1, nr. 1. (LBK nr. 174 af 31. januar 2017).

⁹ Højesteret har således i en dom afsagt den 9. december 2013 (Sag 25/2012) udtalt: "Fagforeninger opererer dog i stigende grad på et kommercielt marked præget af indbyrdes konkurrence og kamp om medlemmerne med deraf følgende markedsføringstiltag. Nogle fagforeninger forhandler og indgår ikke eller kun i begrænset omfang kollektive overenskomster, men varetager medlemmernes interesser ved levering af tjenesteydelser i form af individuel juridisk og faglig bistand. I øvrigt varetager fagforeninger i vidt omfang medlemmernes interesser ved salg af forsikringer og ved rabatordninger m.v. Sådanne aktiviteter er som udgangspunkt erhvervsvirksomhed omfattet af markedsføringsloven."

¹⁰

stændigt ansvar for, at markedsføringen er korrekt og lovlig. Men kreditgiveren vil efter omstændighederne også kunne blive gjort ansvarlig for medvirken til lovovertrædelsen.

Reklamebureauer kan i øvrigt også ifalde ansvar for medvirken ved overtrædelse af § 18.

3.2 Hvor gælder § 18 geografisk?

Dette afsnit beskriver helt overordnet lovvalgsreglerne med udgangspunkt i, at § 18 er en offentligretlig strafbelagt bestemmelse.

3.2.1 Markedsføring foretaget i Danmark eller rettet mod danske forbrugere

Hovedreglen er, at virksomheder, som markedsfører kreditter, er omfattet af dansk ret, når markedsføringen er foretaget/sket i Danmark eller er rettet imod danske forbrugere.

Hvornår markedsføringen er rettet mod danske forbrugere, vil altid afhænge af en konkret vurdering, hvor det blandt andet har betydning, om markedsføringen er på dansk eller beløb er angivet i danske kroner.

Udsendelse af breve med markedsføring af forbrugerkredit til adresser i Danmark eller annoncering med forbrugerkreditter i en dansk avis vil fx altid være omfattet af § 18, forudsat at de øvrige betingelser i bestemmelsen er opfyldt.

3.2.2 Markedsføring online fra hjemsted i et andet EU- eller EØS-land

En undtagelse til hovedreglen er, når virksomheder med hjemsted i et EU-land eller et EØS-land markedsfører kreditter online via en informationssamfundstjeneste¹¹ rettet mod danske forbrugere.

Her skal virksomheden overholde reglerne i det EU- eller EØS-land, hvor virksomheden har hjemsted (afsenderlandsprincippet). Det følger af reglerne i e-handelsloven.¹²

Fx skal en virksomhed med hjemsted i Danmark - herunder også udenlandske pengeinstitutter med filial i Danmark - overholde § 18 uanset om virksomheden på nettet markedsfører kreditter rettet mod danske forbrugere eller mod forbrugere i andre EU- og EØS-lande. Har virksomheden hjemsted i fx Tyskland, skal virksomheden overholde de tyske regler, når virksomheden markedsfører kreditter på nettet rettet imod forbrugere i et EU- eller EØS-land.

3.2.3 Markedsføring online fra hjemsted uden for EU- og EØS-land

Virksomheder, som har hjemsted uden for EU og EØS-landene, og som markedsfører kreditter online til danske forbrugere, er ikke omfattet af undtagelsen i e-handelsloven. Her gælder i stedet hovedreglen beskrevet under 3.2.1.

¹¹ Informationssamfundstjenester defineres i lovforslaget som enhver tjeneste, der har et kommercielt sigte, og som leveres online (ad elektronisk vej over en vis distance) på individuel anmodning fra en tjenestemodtager. Tjenester, der har et kommercielt sigte, er fx internetadgangstjenester, elektronisk post, WAP- og SMS-tjenester samt søgemaskiner, herunder dem som er stillet gratis til rådighed. Ligeledes er reklamer og salg, som finder sted online, også omfattet - også selv om den kommercielle kommunikation alene udgør en del af informationssamfundstjenesten. Generelle oplysninger om en virksomhed, hvor oplysningerne findes online, vil tillige være omfattet, også selv om der ikke er tale om egentlig reklamer eller salg.

¹² Af forarbejderne til e-handelsloven (forslag til lov om tjenester i informationssamfundet, 2001/2 LSF 61, fremsat den 29. januar 2002) fremgår, at loven omfatter tjenester, der har et kommercielt sigte, leveres online og på individuel anmodning. Det kan fx være reklamer eller salg af varer eller tjenesteydelser på nettet.

Kapitel 4

Gennemgang af begreber og krav i § 18

Dette kapitel indeholder en gennemgang af, hvordan Forbrugerombudsmanden fortolker de vigtigste begreber og krav i § 18.

- » 4.1 behandler § 18, stk. 1
- » 4.2 behandler § 18, stk. 2
- » 4.3 behandler § 18, stk. 3
- » 4.4 behandler § 18, stk. 4

Ordene "kreditaftale", "kreditformidler", "debitorrente", "samlet kreditbeløb", "årlige omkostninger i procent" og "samlet beløb, der skal betales tilbage af forbrugeren" skal forstås i overensstemmelse med definitionerne i kreditaftalelovens § 4. Det følger af forarbejderne til § 18.¹³

4.1 Sådan skal § 18, stk. 1, forstås

I det følgende vil kravene i § 18, stk. 1, nærmere blive gennemgået.

- » 4.1.1 beskriver, hvad det betyder, at § 18 gælder ved "enhver markedsføring".
- » 4.1.2 beskriver, hvad "kreditaftaler" er, og hvilke kreditaftaler der er omfattet af § 18.
- » 4.1.3 beskriver, hvad det betyder, at markedsføringen angiver en "rentesats eller talstørrelser vedrørende omkostningerne".
- » 4.1.4 beskriver, hvad der skal forstås ved en "forbrugerkredit".
- » 4.1.5 beskriver, hvad det betyder, at markedsføringen skal "indeholde følgende standardoplysninger".
- » 4.1.6 – 4.1.13 gennemgår de enkelte standardoplysninger i § 18, stk. 1.

De relevante afsnit kan findes ved at klikke på linkene i bestemmelsen herunder:

Boks 4.1
§ 18, stk. 1, har denne ordlyd:

§ 18. [Enhver markedsføring af kreditaftaler](#) over for forbrugere, som ikke er omfattet af § 19, og som oplyser en [rentesats eller talstørrelser](#) vedrørende omkostningerne i forbindelse med [forbrugerkredit](#), skal indeholde følgende standardoplysninger:

- 1) [Debitorrenten](#), herunder om den er fast eller variabel eller begge, og oplysninger om omkostninger, der indgår i [forbrugerens samlede omkostninger](#) i forbindelse med kreditten.
- 2) [Det samlede kreditbeløb](#).
- 3) [De årlige omkostninger i procent \(ÅOP\)](#) som beregnet efter lov om kreditaftaler.
- 4) [Kreditaftalens løbetid](#).
- 5) [Kontantprisen](#) og størrelsen af en eventuel forudbetaling ved kredit i form af henstand med betalingen for en specifik vare eller tjenesteydelse.
- 6) [Det samlede beløb](#), som skal betales af forbrugeren, og [ydelsernes størrelse](#).

¹³ Forslag til lov om markedsføring fremsat den 12. oktober 2016, jf. bemærkningerne til § 18.

Stk. 2. Standardoplysningerne, jf. stk. 1, skal oplyses [klart, kort](#) og [på en fremtrædende måde ved hjælp af et repræsentativt eksempel](#).

Stk. 3. Hvis indgåelsen af en aftale om en [accessorisk tjenesteydelse](#) i forbindelse med kreditaftalen, herunder en forsikring, er obligatorisk for at opnå kreditten eller for at opnå kreditten på de annoncerede vilkår og betingelser og en sådan aftales omkostninger ikke kan beregnes på forhånd, skal forpligtelsen til at indgå denne aftale også være oplyst klart, kort og på en fremtrædende måde sammen med de årlige omkostninger i procent (ÅOP).

Stk. 4. En [kreditformidler](#) skal i [markedsføring](#) og i dokumentation henvendt til forbrugere gøre opmærksom på omfanget af sine [beføjelser](#), herunder om vedkommende udelukkende samarbejder med en eller flere kreditgivere eller optræder som selvstændig mægler.

4.1.1 "Enhver markedsføring"

Bestemmelsen omfatter enhver markedsføring af forbrugerkreditter, uanset hvor og i hvilket medie markedsføringen sker. Markedsføring af forbrugerkreditter i butikker, på internettet, i tv, i brochurer, i avisannoncer, tilbudsaviser og i radioen er eksempelvis omfattet.

Laver en virksomhed hjemmesider med prissammenligninger af forskellige kreditgiveres forbrugerkreditter, er det markedsføring af forbrugerkreditter. Derfor skal der for hver prissammenligning på hjemmesiden gives kreditoplysninger efter § 18, stk. 1. Det gælder dog kun, hvis prissammenligningsportalen er oprettet som led i virksomhedens erhvervsmæssige aktiviteter, jf. markedsføringslovens § 1, stk. 1. Se eksempel H. Se hvilke kreditoplysninger, der skal gives, i afsnit 4.2.

4.1.2 "Kreditaftaler"

I dette afsnit behandles først hvad en kreditaftale er, og derefter hvilke kreditaftaler der er undtaget fra § 18.

4.1.2.1 Hvad er en kreditaftale?

"En kreditaftale" i § 18 skal forstås sådan, som det fremgår af definitionen i kreditaftalelovens § 4, stk. 1, nr. 3:

Boks 4.2 Definition af kreditaftale

Kreditaftale: En aftale, hvorved en kreditgiver yder eller giver tilsagn om at yde en forbruger kredit i form af henstand med betalingen, lån eller tilsvarende form for finansiel ordning, undtagen aftaler om løbende levering af tjenesteydelser eller varer af samme art, hvor forbrugeren betaler for ydelserne eller varerne i rater, så længe de leveres.

Med de få undtagelser, der er nævnt neden for i afsnit 4.1.2.2, omfatter § 18 markedsføring af alle former for kreditaftaler eller henstand med betalingen til forbrugere. Det kan være aftaler om såkaldte fristående kreditter - fx små korte forbrugslån eller kassekreditter. Men det kan fx også være aftaler om leje med henblik på eje, kredit til brug for finansieret køb af tjenesteydelser eller aftaler om kreditkøb.¹⁴

¹⁴ "Kreditkøb" er defineret i kreditaftalelovens § 4, stk. 1, nr. 15. Læs mere om kreditkøb under afsnit 4.2.9.

Markedsføring af kreditaftaler om realkreditlån eller andre boligkreditaftaler med pant i fast ejendom er ikke omfattet af § 18. I stedet gælder markedsføringslovens § 19 om markedsføring af boligkreditaftaler. Derudover skal markedsføring af boligkreditaftaler overholde reglerne i bekendtgørelse nr. 332 af 7. april 2016 om god skik for boligkredit.

Begrebet "kreditaftale" omfatter ikke aftaler om helt eller delvis bagudbetaling af løbende ydelser vedrørende gas, el, og van. Begrebet omfatter heller ikke aftaler om regelmæssig vedligeholdelse, sæsonkort til transport, ratevis betaling af forsikringspræmier og lignende, hvor betalingen sker sideløbende med ydelsen.¹⁵

4.1.2.2 Hvilke kreditaftaler er ikke eller kun delvist omfattet af § 18?

§ 18 gælder kun for de kreditaftaler, som kreditaftaleloven¹⁶ gælder for¹⁷.

Derfor finder § 18 ikke anvendelse, hvis den markedsførte kredit:

- » ydes rentefrit og uden andre omkostninger
- » skal tilbagebetales inden 3 måneder og er forbundet med ubetydelige omkostninger¹⁸ (se neden for)
- » vedrører henstand uden omkostninger med betalingen af eksisterende gæld
- » er resultatet af et forlig indgået for retten
- » angår leje- og leasingaftaler, hvor der ikke er fastsat nogen pligt til at købe aftalegenstanden, hverken i selve aftalen eller i en separat aftale.

Forbrugerombudsmanden har ikke taget stilling til, hvad der nærmere ligger i "ubetydelige omkostninger". Om omkostningerne er ubetydelige vil afhænge af en konkret vurdering af kreditaftalen, men undtagelsen har et meget snævert omfang. I april 2014 har Forbrugerombudsmanden fastsat retningslinjer for kortfristede lån indgået ved fjernsalgsaftaler. Ifølge retningslinjerne skal alle kreditter med en løbetid på under 3 måneder og som indgås via fjernsalg overholde § 18, da det anses som god markedsføringskik.

¹⁵ Af forarbejderne til kreditaftalelovens § 4, stk. 1, nr. 3, fremgår, at der med forslaget ikke er tilsigtet nogen ændring i forhold til den hidtil gældende kreditaftalelovs § 4, stk. 1. Det er i forarbejderne til den gamle kreditaftalelov § 4, at definitionen af de undtagne "løbende ydelser" findes.

¹⁶ Lovbekendtgørelse nr. 347 af 2. april 2014.

¹⁷ Markedsføringslovens kapitel 1. om lovens anvendelsesområde indeholder ikke indskrænkninger af anvendelsesområdet for § 18, sådan som det er tilfældet i kreditaftalelovens § 3. Da § 18 implementerer bestemmelser i forbrugerkreditdirektivet, er det Forbrugerombudsmandens opfattelse, at anvendelsesområdet for § 18 må fortolkes direktivkonformt under hensyntagen til de i lovforarbejderne angivne synspunkter vedrørende kreditaftalelovens anvendelsesområde.

I forbrugerkreditdirektivets artikel 2 er oplyst hvilke kreditter, som ikke eller kun delvist er omfattet af direktivets anvendelsesområde. I forslag til lov om ændring af lov om kreditaftaler og lov om markedsføring (L91) fremsat den 16. december 2009 er der nøje taget stilling til, i hvilket omfang anvendelsesområdet for kreditaftaleloven skulle følge forbrugerkreditdirektivets anvendelsesområde, eller om reglerne i nogle tilfælde skulle udstrækkes til også at gælde uden for det område, direktivet regulerer. Resultatet af disse overvejelser genfindes i kreditaftalelovens § 3, under kapitlet om lovens anvendelsesområde.

¹⁸ For disse kreditter gælder Forbrugerombudsmandens retningslinjer for kortfristede lån.

§ 18 finder kun delvist anvendelse, når den markedsførte kreditaftale er en kassekredit, hvor kreditten skal betales tilbage på anfordring eller inden 3 måneder.¹⁹ I den situation er det kun standardoplysningerne i § 18, stk. 2, nr. 1-3, der skal oplyses. Det vil sige debitorrenter, de samlede kreditomkostninger, det samlede kreditbeløb og ÅOP.

4.1.3 Rentesatser eller talstørrelser for omkostningerne

Hvis markedsføringen indeholder en rentesats eller talstørrelser for omkostningerne ved forbrugerkredit, så skal oplysningskravene i § 18, stk. 1, overholdes. Se også eksempel B og C.

Begreberne "rentesatser" eller "talstørrelser" omfatter også betegnelser såsom "gratis", "0 kr. i rente", "uden omkostninger", "ingen renter", "rentefrit", "ingen gebyrer", "0 pct." og lignende.²⁰

"Omkostningerne" ved en forbrugerkredit er de omkostninger, der står i kreditaftalelovens § 4, stk. 1, nr. 7, hvor begrebet "samlede omkostninger i forbindelse med kreditaftalen" defineres som:

"Alle omkostninger, herunder renter, provision, afgifter og enhver anden form for honorar, som forbrugeren skal betale i forbindelse med kreditaftalen, og som kreditgiveren har kendskab til, bortset fra notarialgebyrer.²¹ Omkostninger ved accessoriske tjenesteydelser i forbindelse med kreditaftalen, navnlig forsikringspræmier, medregnes også, såfremt indgåelsen af aftalen om tjenesteydelser desuden er obligatorisk for at opnå kreditten på de annoncerede vilkår og betingelser."

Ydelsen er også "talstørrelser vedrørende omkostningerne", da ydelsen normalt består af renter, gebyrer og afdrag.²²

Virksomheder bruger ofte oplysninger om rentesatser som blikfang i overskrifter ved markedsføring af forbrugerkreditter, hvilket udløser oplysningspligten i § 18. Sådanne renteoverskrifter kan samtidig meget let blive vildledende i strid med markedsføringslovens § 5 og § 6.

Et eksempel på overtrædelse af § 6 er, hvor en virksomhed i markedsføringens overskrift blot skriver "variabel rente 1,9 pct." - og der er tale om den pålydende rente. Her kan forbrugeren tro, at den oplyste rente er debitorrenten, som forbrugeren skal betale. Det betyder, at markedsføringen bliver vildledende i strid med § 6.

¹⁹ Af forarbejderne (Forslag til Lov om ændring af kreditaftaler og lov om markedsføring fremsat den 16. december 2009 (2009/1 LSF 91) pkt. 2.2.) fremgår: "Forbrugerkreditdirektivets artikel 2, stk. 3, fastlægger, at der gælder mindre omfattende regulering af kassekreditter, når kreditten betales tilbage på anfordring eller inden for tre måneder. De bestemmelser, der ikke finder anvendelse i forbindelse med kreditaftaler i form af kassekredit, hvor kreditten skal betales tilbage på anfordring eller inden for tre måneder, er herefter artikel 4, stk. 2, litra d-f (oplysninger i reklame om kreditaftalens løbetid, kontantprisen ved henstand med betaling for en vare eller tjenesteydelse og det samlede tilbagebetalingsbeløb og raternes størrelse, jf. lov-forslagets § 2, nr. 3 (forslag til § 18 i markedsføringsloven),[...] Arbejdsgruppen vurderer, at der vil være behov for at indføre særlige regler for de omhandlede kassekreditter, hvor kassekreditten skal betales tilbage på anfordring eller inden tre måneder, som gennemfører den nævnte lempeligere regulering af kassekreditter."

²⁰ Er kreditten helt rente- og omkostningsfri i hele løbetiden gælder § 18 derimod ikke, jf. afsnit 4.1.2.2.

²¹ Men tinglysningsomkostninger er omfattet af begrebet kreditomkostninger.

²² Er kreditten helt rente- og omkostningsfri i hele løbetiden og gælder § 18 derimod ikke, jf. afsnit 4.1.2.2. Kreditten er ikke rente- og omkostningsfri, hvis forbrugeren skal betale en tillægstjenesteydelse. Her gælder § 18.

Et andet eksempel på overtrædelse af § 6 er, hvor en virksomhed i markedsføringen skriver "variabel pålydende rente 1,9 pct.", og der er tale om den månedlige – og ikke den årlige – pålydende rente.

Et tredje eksempel på overtrædelse af § 5 er, hvor en virksomhed skriver "Variabel debitorrente fra 7,8 pct.", og den laveste rente kun bevilges til en mindre del²³ af låneansøgerne. Det gælder dog ikke, hvis virksomheden i markedsføringen tydeligt oplyser betingelserne for, at forbrugerne kan få den laveste rente.

Markedsføringen af debitorrenten "fra 7,8 pct." vil også være vildledende, hvis fx den højeste debitorrentesats i spændet er meget højere end den laveste rentesats (her de 7,8 pct.). Her skal virksomheden i stedet oplyse, hvad laveste og højeste rente til spændet er fx: "Variabel debitorrente ml. 7,8 pct. til 22,8 pct."

Ekstraordinære rentesatser, der forventes at blive ydet til forbrugere med helt specielt gode formueforhold, medtages ikke i visningen af rentespændet.

4.1.4 "Forbrugerkredit"

§ 18 gælder kun ved markedsføring af kreditaftaler til forbrugere.

Ved "forbruger" forstås en fysisk eller juridisk person, der hovedsageligt handler uden for sit erhverv. Det fremgår af definitionen i markedsføringslovens § 2, stk. 1, nr. 1.

Markedsføringslovens forbrugerbegreb omfatter fx også ikke-erhvervsdrivende foreninger og ikke-professionelle sportsklubber.

4.1.5 "Skal indeholde følgende standardoplysninger"

Det fremgår af § 18, stk. 1, at markedsføringen "skal indeholde" de standardoplysninger, der er oplyst i § 18, stk. 1, nr. 1 til 6. Det betyder, at alle standardoplysninger skal stå i selve markedsføringen.

Virksomheden kan fx ikke vælge at give standardoplysningerne – eller nogle af dem – et andet sted, end der hvor rentesatsen eller omkostningerne ved kreditten vises første gang.

Markedsføres kreditten fx i en avisannonce med oplysning om en rentesats, skal alle standardoplysningerne stå i selve annoncen. Markedsføres kreditten i en tv-reklame med oplysning om en omkostning, skal selve tv-reklamen indeholde alle standardoplysningerne. Annoncen må ikke henvise til, at standardoplysningerne kan læses på tekst-tv eller på en hjemmeside.

En privat erhvervs virksomhed havde lavet en applikation (et program) til smartphones, hvor priserne på forskellige kredittilbud kunne sammenlignes.²⁴ I en forhåndsbesked meddelte Forbrugerombudsmanden, at § 14 a (nu § 18) skulle overholdes. I applikationen kunne forbrugerne indtaste lånebeløb og løbetid. Herefter kom en resultatside frem med navnet på en kreditgiver og den månedlige ydelse. Ved klik frem til næste side blev ÅOP og de øvrige standardoplysninger givet. Disse oplysninger skulle imidlertid allerede have været vist der, hvor ydelsen blev oplyst første gang. Se også eksempel H.

²³ En mindre del vil efter Forbrugerombudsmandens opfattelse være under 50 pct. af låneansøgerne.

²⁴ Sag nr. 10/07062

4.1.6 "Debitorrenten"

Debitorrenten er den årlige rente inklusive renters rente, som forbrugeren skal betale for kreditten.

Debitorrenten defineres i kreditaftalelovens § 4, nr. 10, som den rentesats udtrykt i en fast eller variabel procentsats (eller begge dele), der anvendes på årsbasis på de udnyttede kreditmuligheder.

Hvis debitorrenten ændres regelmæssigt på grund af udviklingen i en bestemt referencerente, er der tale om en variabel debitorrente.

I det repræsentative eksempel skal der altid stå, om debitorrenten er fast eller variabel eller begge dele. Undlader virksomheden at oplyse, at debitorrenten er variabel, vil det ikke kun være en overtrædelse af § 18, men også vildledende markedsføring i strid med § 6.

4.1.7 "Forbrugerens samlede omkostninger ved kreditten"

De samlede omkostninger ved kreditten er alle de omkostninger, som forbrugeren skal betale for at få kreditten, og som kreditor har kendskab til.²⁵ Det kan fx være renter, stiftelsesomkostninger, uundgåelige opkrævnings- og administrationsgebyrer, provision, afgifter og enhver anden form for honorar. Tinglysningsgebyr indgår også i de samlede omkostninger.²⁶

De samlede kreditomkostninger kan vises som et samlet beløb i det repræsentative eksempel.

Omkostninger ved accessoriske tjenesteydelser (fx forsikringer), som kan beregnes på forhånd, og som er obligatoriske for, at forbrugeren kan få kreditten på de annoncerede vilkår, skal medregnes i de samlede omkostninger ved kreditten.

Se afsnit 4.3 om den situation, hvor en virksomhed ikke har kendskab til omkostningen ved en tillægsydelse.

4.1.8 "Det samlede kreditbeløb"

Det samlede kreditbeløb defineres i kreditaftalelovens § 4, stk. 1, nr. 12, som loftet for eller summen af alle beløb, der stilles til disposition for forbrugeren iht. en kreditaftale.

Det samlede kreditbeløb svarer altid til det beløb, som forbrugeren får stillet til sin disposition på oprettelsesdagen, uanset hvilken form for kreditaftale, der markedsføres.

Ved kassekreditter er der typisk aftalt et loft for, hvor meget forbrugeren i alt må trække på kreditten. Er loftet fx aftalt til 15.000 kr., og skal forbrugeren betale et etableringsgebyr på 200 kr., så er det samlede kreditbeløb for kassekreditten på 14.800 kr.

Ved kreditaftaler om lån af et bestemt beløb skal det samlede kreditbeløb beregnes som det lånte beløb (hovedstolen) med fradrag af etableringsomkostningerne – fx et stiftelsesgebyr. Det samlede kreditbeløb er altså det beløb, som forbrugeren får "i hånden", når lånet udbetales. Hvis en virksomhed fx bevilger forbrugeren et lån på 25.000 kr. og tager 800 kr. i stiftelsesomkostninger, så er det samlede kreditbeløb 24.200 kr.

²⁵ Definitionen findes i kreditaftalelovens § 4, pkt. 7.

²⁶ En udbetalingssum, der skal betales i forbindelse med finansieret køb af en vare (fx en bil), er ikke en del af forbrugers samlede omkostninger ved kreditten.

Ved markedsføring af kreditkøb af en specifik vare eller tjenesteydelse vil det samlede kreditbeløb typisk svare til varens eller tjenesteydelsens kontantpris, evt. med fradrag af en kontant udbetaling.

Hvis fx en bil udbydes kontant til 100.000 kr. og med en forudbetaling på 20.000 kr., og stiftelsesomkostningerne for billånet er på 2.000 kr., skal det samlede kreditbeløb vises som kontantprisen med fradrag af udbetalingen – i eksemplet 80.000 kr. – da det er det lånebeløb forbrugeren skal have ”i hånden” for at købe bilen. Det lånte beløb (=hovedstolen) vil være 82.000 kr. – altså det samlede kreditbeløb med tillæg af stiftelsesomkostningerne.

Medfinansieres leveringsomkostningerne ved finansieret køb af varer, fx bil, vil det samlede kreditbeløb være kontantprisen med fradrag af udbetalingen og med tillæg af leveringsomkostningerne, da det er det beløb, forbrugeren skal have ”i hånden” for at kunne købe bilen.

4.1.9 ”De årlige omkostninger i procent” (ÅOP)

Hvordan ÅOP skal beregnes står i kreditaftalelovens § 16.²⁷ Hvis det er nødvendigt, bruges de supplerende antagelser, som fremgår af kreditaftalelovens bilag 1, pkt. 4. Det kan fx være nødvendigt, når der ikke er aftalt en bestemt løbetid på kreditten.²⁸

Tidsintervallet mellem de tidspunkter, der anvendes ved beregningen af ÅOP, udtrykkes i år eller brøkdele af et år. Et år antages at have 365 dage (skudår 366 dage), 52 uger eller 12 lige lange måneder. Hver måned antages at have 30,41666 dage (=365/12), uanset om der er tale om et skudår.

Kun ÅOP før skat må vises i det repræsentative eksempel.²⁹ Hvis en virksomhed både oplyser ÅOP før og efter skat i det repræsentative eksempel, vil forbrugeren kunne komme i tvivl om, hvilken ÅOP de skal sammenligne med i forhold til andre kredittilbud. Derfor vil oplysning om ÅOP efter skat - ud over at være en overtrædelse af kravet i § 18 om ”tydelighed” - også kunne

²⁷ LBK nr. 1336 af 26. november 2015. § 16 har følgende indhold: ”De årlige omkostninger i procent svarer på årsbasis til nutidsværdien af alle fremtidige eller eksisterende forpligtelser i form af udnyttede kreditmuligheder, tilbagebetalinger og omkostninger, der er aftalt mellem kreditgiveren og forbrugeren.

Stk. 2. De årlige omkostninger i procent beregnes ud fra den matematiske formel i lovens bilag 1.

Stk. 3. Ved beregningen af de årlige omkostninger i procent bestemmes de samlede omkostninger i forbindelse med forbrugerkreditten bortset fra

1) andre omkostninger, som forbrugeren skal betale i forbindelse med misligholdelse af en af de forpligtelser, der er fastsat i kreditaftalen, og

2) de omkostninger ud over købsprisen, som forbrugeren skal betale i forbindelse med køb af varer eller tjenesteydelser, uanset om transaktionen foretages kontant eller på kredit.

Stk. 4. Omkostningerne ved forvaltningen af en konto til registrering af både betalingstransaktioner og udnyttelse af kreditmuligheden, omkostningerne ved anvendelse af et betalingsmiddel i forbindelse med både betalingstransaktioner og udnyttelse af kreditmuligheden og andre omkostninger i forbindelse med betalingstransaktioner skal indgå i de samlede omkostninger i forbindelse med forbrugerkreditten, medmindre det ikke er obligatorisk at åbne kontoen og omkostningerne i forbindelse med kontoen klart er angivet separat i kreditaftalen eller i en eventuel anden aftale, der er indgået med forbrugeren.

Stk. 5. Beregningen af de årlige omkostninger i procent baseres på den antagelse, at kreditaftalen forbliver gyldig i det aftalte tidsrum, og at kreditgiveren og forbrugeren opfylder deres forpligtelser på de vilkår og datoer, der er angivet i kreditaftalen.

Stk. 6. I forbindelse med kreditaftaler, der indeholder vilkår, som tillader variationer i debitorrenten, og, hvor det er relevant, De omkostninger, der indgår i de årlige omkostninger i procent, men som ikke kan opgøres på beregningstidspunktet, beregnes de årlige omkostninger i procent ud fra den antagelse, at debitorrenten og andre omkostninger er konstante i forhold til udgangspunktet og finder anvendelse, indtil kreditaftalen udløber.

Stk. 7. Om nødvendigt kan de supplerende antagelser i kreditaftalelovens bilag 1 anvendes til beregningen af de årlige omkostninger i procent.

²⁸ Se også pkt. 2. 16 i de generelle bemærkninger i forslag til lov om ændring af kreditaftaleloven og lov om markedsføring fremsat d.16. december 2009 (L91).

²⁹ At det er ÅOP før skat, kan udledes af bemærkningerne i bilag 1 til kreditaftaleloven (LBK nr. 1336 af 26. november 2015), hvoraf de øvrige forudsætninger for beregningen af ÅOP også fremgår.

være egnet til at vildlede forbrugerne i strid med markedsføringslovens § 3. Virksomheden må gerne oplyse, hvad ÅOP er efter skat andre steder end i det repræsentative eksempel.

Hvis forbrugeren skal indgå en aftale om en tillægsydelse (fx en forsikring) for at få kreditten, skal udgiften til tillægstjenesteydelsen (fx præmien) indgå i de samlede omkostninger ved beregningen af ÅOP, hvis virksomheden har kendskab til udgiftens (fx forsikringspræmiens) størrelse. Se afsnit 4.2.5 og 4.3.3 om den situation, hvor virksomheden ikke har kendskab til præmien.

Virksomheden må ikke oplyse ÅOP både med og uden udgiften til den obligatoriske tillægsydelse (fx forsikringen).³⁰ Når forbrugeren ikke kan undgå forsikringsudgiften, er det ÅOP for den "samlede pakke" (kredit plus forsikring), som forbrugeren skal kunne sammenligne med ÅOP i andre kredittilbud på markedet. Virksomheden må gerne oplyse, hvad ÅOP er uden den obligatoriske tillægsydelse andre steder end i det repræsentative eksempel.

4.1.10 "Kreditaftalens løbetid"

Virksomheden kan frit vælge om kreditaftalelovens løbetid skal angives i dage, måneder eller år.

Hvis en bestemt ydelse fremhæves i markedsføringen, skal løbetiden i det repræsentative eksempel beregnes med udgangspunkt i den bestemte ydelse.

Hvis kreditten alene markedsføres med en rentesats eller anden omkostningssats end ydelsen (fx "Lån 10.000 kr. gebyrfrit"), skal løbetiden i det repræsentative eksempel være den løbetid, som kreditten bevilges med i de fleste tilfælde.

Ved kreditaftaler, der udbydes uden fast løbetid, skal der tages udgangspunkt i de supplerende antagelser, som fremgår af kreditaftalelovens bilag 1, pkt. 41, ved fastsættelsen af løbetiden i det repræsentative eksempel.

4.1.11 "Kredit i form af henstand med betaling for en specifik vare eller tjenesteydelse"

Når en virksomhed markedsfører omkostningerne ved kredit i form af henstand med betalingen for en specifik vare eller tjenesteydelse, skal virksomheden oplyse om kontantprisen og en evt. forudbetaling i det repræsentative eksempel. Det fremgår af § 18, stk. 1, nr. 5.

Virksomhedens pligt til at oplyse om kontantpris og evt. forudbetaling gælder både ved markedsføring af omkostninger ved kreditkøb (henstand med betalingen for varer/løsøre)³¹ og ved finansieret køb af tjenesteydelser. Se også afsnit 4.1.2.1.

Det er kontantprisen på den specifikke vare eller tjenesteydelse, som virksomheden skal oplyse om i det repræsentative eksempel. Det betyder, at virksomheden skal vise et repræsentativt eksempel for hver enkelt vare, hvor der oplyses om kontantpriser og ydelser ved kreditkøb af flere specifikke varer, fx i tilbudsaviser. Se i øvrigt afsnit 4.2.3. Se eksempel E og M.

³⁰ Det vil også kunne være vildledende i strid med markedsføringslovens § 5

³¹ Begrebet "kreditkøb" er i den gældende kreditaftalelovs § 4, nr. 15, defineret som en kreditaftale med henblik på køb af løsøre, hvorefter a) køberen efter aftale med sælgeren har fået henstand med betaling af købesummen eller en del af denne eller b) købesummen helt eller delvist dækkes ved lån indrømmet køberen af en tredjemand på grundlag af en aftale herom mellem denne og sælgeren.

Hvis kontantprisen er oplyst ved visningen af varen, behøver kontantprisen ikke blive gentaget i det repræsentative eksempel. Er kontantprisen lig med det samlede kreditbeløb, kan der i det repræsentative eksempel stå: *"Kontantpris/saml. kreditbeløb: 2.500 kr."*

4.1.12 "Det samlede beløb, som skal betales af forbrugeren"

I det repræsentative eksempel skal der stå, hvor stort et beløb forbrugeren samlet skal betale tilbage.

Det samlede tilbagebetalingsbeløb vises som ét beløb og beregnes som summen af det samlede kreditbeløb, tillagt de samlede kreditomkostninger.

Det er ikke tilstrækkeligt blot at oplyse kreditbeløbet og de samlede kreditomkostninger hver for sig og lade det være op til forbrugeren selv at lægge tallene sammen.

4.1.13 "Ydelsernes størrelse"

§ 18, stk. 1, nr. 6, kræver, at virksomheden oplyser om ydelsernes størrelse. Det betyder, at ydelsernes størrelse før skat skal oplyses med angivelse af et betalingsinterval, fx månedlig. Virksomheden må gerne oplyse, hvad ydelsen er efter skat andre steder end i det repræsentative eksempel.

Undlader en virksomhed at oplyse ydelsens betalingsinterval, vil det normalt også være egnet til at vildlede forbrugere i strid med markedsføringslovens § 6 ud over at være en overtrædelse af § 18.

En virksomhed må ikke anvende begrebet "afdrag" i stedet for begreberne "ydelse" i det repræsentative eksempel. Det vil være en overtrædelse af § 18, stk. 1. Samtidig vil det kunne være egnet til at vildlede forbrugere i strid med § 6, fordi afdraget normalt kun er en del af den ydelse, som forbrugeren skal betale. Ydelsen består som udgangspunkt af både renter, gebyrer og afdrag.³²

4.2 Sådan skal kravene i § 18, stk. 2, forstås

I det følgende vil kravene i § 18, stk. 2, nærmere blive gennemgået.

- » 4.2.1 beskriver, hvad det betyder, at standardoplysningerne skal gives "klart og kort".
- » 4.2.2 beskriver, hvordan standardoplysningerne kan gives på en "fremtrædende måde".
- » 4.2.3 beskriver, hvordan standardoplysningerne kan gives ved hjælp af et "repræsentativt eksempel".

De relevante afsnit kan findes ved at klikke på linkene i den citerede bestemmelse herunder:

Boks 4.3
§ 18, stk. 2 har følgende
ordlyd:

§ 18, stk. 2. Standardoplysningerne, jf. stk. 1, skal oplyses [klart, kort](#) og [på en fremtrædende måde ved hjælp af et repræsentativt eksempel](#).

4.2.1 "Klart, kort"

Standardoplysningerne i § 18, stk. 1, nr. 1 til 6, skal stå klart og kort ved hjælp af et repræsentativt eksempel.

³² På afdragsfrie kreditter udgør ydelsen dog kun betaling af renter og gebyrer.

”Klart” betyder, at standardoplysningerne kun må blandes sammen med andre oplysninger for at undgå vildledning eller for at overholde kravene i § 14, stk. 3, jf. nedenfor.

Andre oplysninger skal holdes uden for det repræsentative eksempel med standardoplysningerne. Fx må ”pålydende rente”, ”omkostninger efter skat” og ”ÅOP efter skat” ikke skrives ind i det repræsentative eksempel.³³ Det skyldes, at sammenblandingen med andre oplysninger kan skabe uklarhed og fjerne forbrugernes fokus fra de standardoplysninger, som lovgiver har besluttet er vigtige for forbrugerne. I værste fald kan sammenblanding med andre oplysninger – ud over at være en overtrædelse af § 18, stk. 2 – også være egnet til at vildlede forbrugerne i strid med markedsføringslovens § 5 eller § 6.

Eventuelle forudsætninger for talberegningerne i det repræsentative eksempel må gerne stå i selve det repræsentative eksempel. Fx skal det oplyses, om der er tale om en ”månedlig” ydelse, og om beregningerne fx forudsætter betaling via netbank. Sådanne oplysninger sikrer, at det repræsentative eksempel ikke bliver vildledende.

Oplysninger om varen eller tjenesteydelsen må som udgangspunkt ikke stå i det repræsentative eksempel, medmindre en udeladelse af oplysningerne medfører, at markedsføringen bliver vildledende i strid med markedsføringslovens § 5 eller § 6. I det repræsentative eksempel kan der fx tages forbehold for, at kontantprisen på bilen er ”ekskl. metallak”, hvis det ikke i øvrigt fremgår af markedsføringen.

Oplysninger, som en virksomhed er forpligtet til at give ifølge anden lovgivning, må ikke stå i selve det repræsentative eksempel. Fx må oplysninger om, at bilen er i energiklasse A og kan køre op til 30 km på literen, ikke stå i det repræsentative eksempel.³⁴

Hvis forbrugeren er forpligtet til at købe andre tjenesteydelser (fx en forsikring) for at få kreditten på de markedsførte vilkår, skal omkostningerne til tjenesteydelsen indregnes i ÅOP. Hvis omkostningen til tjenesteydelsen ikke kan beregnes på forhånd, skal pligten til at købe tjenesteydelsen oplyses der, hvor standardoplysningen om ÅOP er vist i det repræsentative eksempel. Det står i § 18, stk. 3. Se nærmere under afsnit 4.2.5 og 4.3.

”Kort” betyder, at oplysningerne i eksemplet skal stå i et præcist sprog. Det sikres ved at anvende terminologien i § 18, stk. 1, nr. 1 til 6, når standardoplysningerne gives. Se eksempel A. Forståelige forkortelser af lovens terminologi vil også opfylde kravet i § 18 om, at oplysninger skal stå ”kort. Se eksempel A.

En ensartet brug af lovens terminologi gør det lettere for forbrugerne at gennemskue og sammenligne standardoplysningerne i forskellige kredittilbud, som udbydes på markedet, hvilket netop er formålet med § 18.

Hvis en virksomhed fx anvender lovens begreb ”debitorrente” i sin markedsføring, mens en anden virksomhed anvender begrebet ”effektiv rente” eller ”årlig nominel rente”, vil forbrugerne kunne komme i tvivl om, hvorvidt disse rentebegreber er udtryk for det samme og kan sammenlignes. Derfor skal ordet ”debitorrenten” altid anvendes i det repræsentative eksempel. Debitorrenten og ÅOP skal vises med mindst en decimal.

³³ Men oplysningen om ”den pålydende rente” må gerne bruges som blikfang i reklamen, når blot det tydeligt fremgår, hvilken rente der markedsføres.

³⁴ Jf. de specielle bemærkninger til § 18 i forslag til lov om markedsføring fremsat den 12. oktober 2016 (1 LSF 40) side 59, mf.

4.2.2 "På en fremtrædende måde"

Ifølge § 18, stk. 2, skal standardoplysningerne stå på en fremtrædende måde.

Det er altid en konkret vurdering, om standardoplysningerne i § 18, stk. 2, står på en fremtrædende måde i markedsføringen. I det følgende gives eksempler på, hvilke væsentlige faktorer der indgår i vurderingen.

Samtlige standardoplysninger i § 18, stk. 2, skal stå, så de skiller sig ud³⁵ og er iøjnefaldende set i forhold til den rentesats eller talstørrelserne for omkostningerne ved kreditten, som udløser oplysningspligten, jf. § 18, stk. 1. Forbrugerne må ikke kunne overse oplysningerne.

Når fx en rentesats eller en månedlig ydelse står med stor skrifttype i markedsføringens overskrift, skal standardoplysningerne være fremtrædende set i forhold hertil. Se eksempel G og L.

Ved markedsføring på hjemmesider vil kravet om "fremtrædende måde" ikke være opfyldt, hvis forbrugeren skal foretage sig noget aktivt for at finde og se standardoplysningerne. Kravet er derfor ikke opfyldt, hvis oplysningerne står i et link ("et klik væk"). Kravet er heller ikke opfyldt, hvis forbrugeren fx skal scrolle ned eller køre cursoren henover et tal eller scrolle ned nederst på siden efter en række andre informationer for at få øje på standardoplysningerne. Det er fastslået i retspraksis.³⁶ Se eksempel F, H, I, J og K.

Hvis det repræsentative eksempel på en hjemmeside er placeret nedenunder den knap, som forbrugeren kan klikke på for fx at ansøge om lån, på en sådan måde, at der er risiko for, at forbrugerne overser eksemplet, vil kravet i § 18, stk. 2, ikke være opfyldt. Se eksempel K og L.

Ved markedsføring på devices, hvor skærmladsen er minimal, fx på smartphones, vil kravet om at standardoplysningerne skal gives på fremtrædende måde, være opfyldt, selvom forbrugeren skal scrolle ned på siden for at se alle standardoplysningerne, hvis virksomheden giver standardoplysningerne i umiddelbar forlængelse af hinanden og på en iøjnefaldende måde. Det kan virksomheden fx gøre ved øverst på siden at vise den rentesats eller talstørrelse for kreditomkostningerne, som udløser oplysningspligten og placere standardoplysningerne lige derefter.

Hvis talstørrelser eller en rentesats står i en bannerreklame på nettet, skal samtlige standardoplysninger vises samme sted i selve banneret. Finanstilsynet har i sådan en sag politianmeldt en bank for overtrædelse af prisoplysningsbekendtgørelsens³⁷ § 9, som svarer til markedsføringslovens § 18. Banken havde markedsført et lån til forbrugere med angivelse af en rentesats i et banner på nettet. De øvrige standardoplysninger var ikke vist i selve banneret. Derfor måtte banken betale en bøde på 70.000 kr. Se eksempel I.

Ved vurderingen af, om standardoplysningerne i en tv-reklame står på en fremtrædende måde, vil Forbrugerombudsmanden blandt andet lægge vægt på, om oplysningerne står på en iøjnefaldende måde i reklamen. Det indebærer, at standardoplysningerne skal præsenteres med tilstrækkelig stor tekststørrelse set i forhold til den markedsførte rentesats eller omkostning, som udløser oplysningspligten.

³⁵ Europa Kommissionen har fortolket kravet om "klar, kort og på fremtrædende måde" i Europa Kommissionens ikke-bindende "Guidelines on the application of Directive 2008/48/EC (Consumer Credit Directive) in relation to costs and the Annual Percentage Rate of Charge. Heraf fremgår det blandt andet, at det repræsentative eksempel skal skille sig ud i markedsføringen.

³⁶ Jf. domme afsagt af Retten i Glostrup, henholdsvis den 20. november 2013 og den 18. december 2013. Se kapitel 5 i denne vejledning.

³⁷ Bekendtgørelse nr. 1210 af 24. oktober 2010 om information til forbrugere om priser m.v. i pengeinstitutter.

Standardoplysningerne skal også vises med et egnet farvevalg og en tilstrækkelig varighed, til at forbrugeren får øje på og opfatter budskabet i eksemplet. Hvis standardoplysningerne vises i tv-reklamens hovedbudskaber, kan TV2's tekstretningslinjer³⁸ for tekstinformation i tv-reklamer vedrørende "Varighed" anvendes.

I vurderingen af, om standardoplysningerne står på en fremtrædende måde, indgår også, om der er effekter i reklamen, der forstyrrer eller fjerner fokus fra standardoplysningerne. Sker der mange ting på tv-skærmen – kommer der fx mange forskellige oplysninger ind fra højre og venstre på skærmen, vist i kraftige farver og store typer, mens standardoplysningerne vises nederst i reklamefilmen med lysegrå tekst på hvid baggrund – vil der være tale om en overtrædelse af § 18. Også selvom den lysegrå tekst kan ses i hele reklamens længde.

Problemet er, at standardoplysningerne ikke er iøjnefaldende, når forbrugeren opmærksomhed hele tiden henledes på andre ting på tv-skærmen. Standardoplysningerne kan oplyses samlet i tv-reklamens "speak" i stedet for i teksten.

Standardoplysningerne må ikke være skjult i markedsføringen, så forbrugeren kun ved nøje gennemlæsning af markedsføringen ser oplysningerne. Standardoplysningerne må heller ikke være præsenteret på en uklar, uforståelig, dobbelttydig eller i øvrigt uhensigtsmæssig måde.

4.2.3 "Ved hjælp af et repræsentativt eksempel"

Standardoplysningerne skal vises ved hjælp af et repræsentativt eksempel, der skal stå i markedsføringen.

Alle standardoplysningerne skal som udgangspunkt indgå i selve eksemplet. Forbrugerombudsmanden har dog accepteret, at den debitorrentesats eller omkostning ved kreditten, der udløser oplysningspligten, ikke behøver blive gentaget i eksemplet. Se eksempel A.

Hvis den faste debitorrente eller ydelsen oplyses i markedsføringens overskrift, behøver oplysningen ikke blive gentaget i det repræsentative eksempel.

Det skal klart fremgå af markedsføringen, at det er et repræsentativt eksempel, der vises. Der må ikke ske sammenblanding med de øvrige oplysninger i markedsføringen. Se nærmere ovenfor under 4.2.1.

Kravet om, at eksemplet skal være repræsentativt, kan opfyldes på forskellige måder alt efter, om markedsføringen vedrører et fritstående lån eller finansieret køb af en vare.³⁹

I de følgende afsnit beskrives, hvordan de repræsentative eksempler vises ved markedsføring af henholdsvis fritstående lån og finansieret køb af varer og tjenesteydelser.

4.2.1.1 Repræsentativt eksempel ved markedsføring af fritstående kreditter

Når en virksomhed markedsfører fritstående forbruger kreditter, vil standardoplysningerne være repræsentative, hvis de tager udgangspunkt i de mest almindeligt bevilgede kreditvilkår for det markedsførte kreditprodukt.

³⁸ TV2's tekstretningslinjer, som trådte i kraft den 1. marts 2015, jf. Forbrugerombudsmandens vejledning om krav til oplysninger i tv-reklamer, som trådte i kraft den 15. januar 2015

³⁹ Jf. de specielle bemærkninger til § 18 i forslag til lov om markedsføring fremsat den 12. oktober 2016 (1 LSF 40) side 59 m.fl.

Markedsføres forbrugerkreditte med budskabet: "Lån 25.000 kr. Kun 499,- pr. md.", skal det repræsentative eksempel tage udgangspunkt i det markedsførte lånebeløb på 25.000 kr. – og ikke fx 10.000 kr. Løbetiden i eksemplet er den løbetid, der giver den markedsførte månedlige ydelse på 499 kr.

Hvis eksempelvis forbrugerkreditter markedsføres med budskabet "Lån op til 100.000 kr. Fast debitorrente 8 pct." uden andre oplysninger, vil det repræsentative eksempel skulle tage udgangspunkt i den løbetid og det kreditbeløb, der hyppigst bevilges til forbrugerne.

Er der et rentespænd på den markedsførte kredit, skal standardoplysningerne oplyses som et interval, fx: Variabel debitorrente 9,90 pct. - 16,90 pct., samlet beløb, der skal betales tilbage 50.378 kr. – 58.003 kr. osv. Se eksempel A.

Markedsføres der flere fritstående forbrugerkreditter med angivelse af forskellige løbetider og ydelser – fx "Lån 35.000 kr. i 2 år. Kun 1.499,- pr. md./ 25.000 kr. i 4 år. Kun 599,- pr. md./ 15.000 kr. i 8 år. Kun 199,- pr. md." – skal der gives et repræsentativt eksempel for hver markedsført kreditmulighed. Dette kan fx gøres ved at indsætte alle de lovpligtige kreditoplysninger i et skema, der viser de tilbudte kreditter. Sådant et skema for fritstående kreditter kan placeres på sidste side i en tilbudsavis, hvis der ikke på avisens øvrige sider, oplyses en rentesats eller talstørrelser for omkostningerne ved kredit.

En låneberegner på en hjemmeside, hvor alle standardoplysningerne er vist fremtrædende og skifter, alt efter hvilken ydelse eller løbetid forbrugeren vælger, vil altid være et repræsentativt eksempel.

4.2.1.2 Repræsentativt eksempel ved markedsføring af finansieret køb af varer eller tjenesteydelser

Vedrører markedsføringen finansieret køb af fx et specifikt fjernsyn til en månedlig ydelse på 299 kr., skal standardoplysningerne i eksemplet tage udgangspunkt i fjernsynets kontantpris og den markedsførte ydelse.

Hvis finansieret køb af flere specifikke varer markedsføres i tilbudsaviser eller på nettet, og oplyses der en rentesats eller talstørrelse vedrørende omkostningerne ved hver vare, skal der vises et repræsentativt eksempel ud for hver vare, som tilbydes finansieret.

Markedsføres fx to fjernsyn til henholdsvis 2.000 kr. og 5.000 kr. med oplysning om en månedlig ydelse på henholdsvis 149 kr. og 350 kr., skal der vises to repræsentative eksempler.⁴⁰ Se eksempel E.

Eksemplet skal vises dér, hvor omkostningen ved kreditkøb af den specifikke vare markedsføres. Det er ikke tilstrækkeligt med et eksempel på sidste side i en tilbudsavis. Se også eksempel M.

Omvendt skal en virksomhed ikke vise repræsentative eksempler ved hver vare i en tilbudsavis, hvis kun kontantprisen på varerne vises, og virksomheden fx skriver: "Du har mulighed for at få købet af dine møbler finansieret billigt, se bagsiden". Hvis det oplyses på bagsiden, at kreditten fx fås til: "0 pct. variabel debitorrente, kun 250 kr. i oprettelse", kan virksomheden nøjes med kun at vise et repræsentativt eksempel på tilbudsavisens bagside. Det repræsentative

⁴⁰ Det er nødvendigt, fordi virksomheden skal overholde § 18, stk. 1, nr. 5, der kræver, at kontantprisen på varen/tjenesteydelsen og størrelsen af en eventuel udbetaling skal oplyses i det repræsentative eksempel.

tive eksempel skal tage udgangspunkt i det lånebeløb, som møbelkøberne oftest ansøger om, og eksemplet skal være vist klart, kort og på fremtrædende måde på bagsiden. Se afsnit 4.2.1 og 4.2.2.

4.3 Oplysningskrav, når forbrugeren skal købe tillægsydelser for at få kreditten - § 18, stk. 3

Når en virksomhed skal oplyse om de samlede omkostninger ved kreditten og om ÅOP i det repræsentative eksempel, skal forbrugers omkostninger til køb af obligatoriske tillægsydelser i forbindelse med kreditten også indgå i beregningerne. Se afsnit 4.2.5 og 4.2.7.

Kravet kan kun fraviges, hvis omkostningerne til tillægstjenesteydelsen ikke kan beregnes på forhånd. Det fremgår af § 18, stk. 3.

I det følgende vil kravene i § 18, stk. 3, nærmere blive gennemgået.

- » 4.3.1 beskriver, hvad der kan være en "accessorisk tjenesteydelse".
- » 4.3.2 gennemgår, hvornår en accessorisk tjenesteydelse er "obligatorisk" for at få kreditten.
- » 4.3.3 beskriver, hvornår omkostningerne "ikke kan beregnes på forhånd".
- » 4.3.4 gennemgår, hvordan den obligatoriske accessoriske tjenesteydelse skal oplyses.

De relevante afsnit kan findes ved at klikke på linkene i den citerede bestemmelse herunder:

Boks 4.4
§ 18, stk. 3 har følgende ordlyd:

§ 18, stk. 3. Hvis indgåelsen af en aftale om en [accessorisk tjenesteydelse](#) i forbindelse med kreditaftalen, herunder en forsikring, er [obligatorisk](#) for at opnå kreditten eller for at opnå kreditten på de annoncerede vilkår og betingelser og en sådan aftales omkostninger ikke kan beregnes på [forhånd](#), skal forpligtelsen til at indgå denne aftale også være oplyst klart, kort og på en fremtrædende måde sammen med de [årlige omkostninger i procent \(ÅOP\)](#).

4.3.1 Hvad er en accessorisk tjenesteydelse?

En accessorisk tjenesteydelse kan også kaldes en "tillægstjenesteydelse".

En tillægstjenesteydelse er en tjenesteydelse, som forbrugeren indgår aftale om at købe i forbindelse med, at forbrugeren indgår kreditaftalen.

En tillægstjenesteydelse kan både være en enkeltstående tjenesteydelse, men det kan også være en løbende tjenesteydelse (fx køb af en konto med tilhørende kreditkort). En løbende tillægstjenesteydelse kan eventuelt være tidsbegrænset.

4.3.2 Hvornår er tillægstydelser obligatorisk?

Når en tillægstjenesteydelse er obligatorisk, er forbrugeren nødt til at købe tillægstjenesteydelsen for at få kreditten på de vilkår og betingelser, som fremgår af markedsføringen.

Et eksempel på en obligatorisk tillægstjenesteydelse kan være en kaskoforsikring på en bil. Ved kreditgivning vil kreditgiver typisk kræve pant i bilen til sikkerhed for tilbagebetaling af kreditten og samtidig kræve, at pantet (bilen) forsikres mod skade. Hvis forbrugeren ikke vil tegne forsikringen, vil kreditgiver give afslag på kreditansøgningen.⁴¹

⁴¹ Jf. de generelle bemærkninger under pkt. 2.1 og 2.16. i forslag til lov om ændring af kreditaftaler og lov om markedsføring fremsat den 16. december 2009 (L91).

En obligatorisk tillægstjenesteydelse kan også være et krav om, at forbrugeren opretter en konto med betalingskort som betingelse for, at kreditten bevilges på de annoncerede vilkår og betingelser (eksempelvis rentefrit i december måned).

4.3.3 Hvornår kan omkostningerne ikke beregnes på forhånd?

Det er kun muligt for en virksomhed at beregne omkostningerne ved tillægstjenesteydelsen på forhånd, hvis virksomheden har kendskab til omkostningerne.

Virksomheden må efter Forbrugerombudsmandens opfattelse antages at have kendskab til omkostningerne ved obligatoriske tillægstjenesteydelser, som virksomheden selv udbyder til forbrugerne, eller som virksomheden tilbyder forbrugerne på vegne af tredjemand, medmindre omkostningerne afhænger af forbrugernes specifikke særpræg og situation.

En computerbutik må også formodes at have kendskab til omkostningen ved forsikringen, når butikken tilbyder rentefri finansiering af en computer mod, at forbrugeren samtidig tegner en computerskadeforsikring hos et bestemt forsikringselskab.

Derimod kan en bilforhandler eller bank ikke beregne omkostningerne ved en kaskoforsikring på forhånd, hvis forsikringsomkostningerne afhænger af forbrugers alder, elitekørsel eller lignende.

4.3.4 Tillægstjenesteydelsen skal angives sammen med ÅOP

Når omkostningerne til den obligatoriske tillægstjenesteydelse ikke kan beregnes på forhånd, skal det oplyses klart, kort og på fremtrædende måde sammen med ÅOP, at forbrugeren er forpligtet til at indgå en aftale om tillægstjenesteydelsen.⁴²

Det betyder, at forpligtelsen til at indgå en aftale om den obligatoriske tillægstjenesteydelse skal være oplyst i det repræsentative eksempel i markedsføringen på en lige så fremtrædende måde som ÅOP og de øvrige standardoplysninger.

Hvis markedsføringen ikke klart, kort og på fremtrædende måde oplyser, at forbrugeren er forpligtet til at indgå aftale om tillægstjenesteydelsen for at få kreditten, vil det både være en overtrædelse af § 18, stk. 3, og være vildledende i strid med § 5 og § 6.

4.4 Hvad skal kreditformidler oplyse om sine beføjelser - § 18, stk. 4

I det følgende vil kravene i § 18, stk. 4, nærmere blive gennemgået.

- » 4.4.1 beskriver, hvem der er kreditformidler.
- » 4.4.2 beskriver, hvad der skal oplyses om kreditformidlerens "beføjelser".
- » 4.4.3 beskriver, hvordan beføjelsesoplysningerne skal gives i markedsføringen.

De relevante afsnit kan findes ved at klikke på linkene i den citerede bestemmelse herunder:

Boks 4.5
§ 18, stk. 4 har følgende
ordlyd:

§ 18, stk. 4. En [kreditformidler](#) skal i [markedsføring](#) og i dokumentation henvendt til forbrugere gøre opmærksom på omfanget af sine [beføjelser](#), herunder om vedkommende udelukkende samarbejder med en eller flere kreditgivere eller optræder som selvstændig mægler.

⁴² Det fremgår af § 18, stk. 3, sidste led.

4.4.1 Hvem er kreditformidler?⁴³

En sælger af løsøre (en vare) kan have en aftale med en kreditgiver om, at sælgeren kan tilbyde forbrugerne at få finansieret varekøbet med lån fra kreditgiveren.⁴⁴ I den situation er sælgeren kreditformidler.⁴⁵

Bilforhandlere, der som led i deres salg af biler markedsfører og sælger finansiering fra bestemte finansieringsselskaber, mod at få en finansiel modydelse, vil også være kreditformidlere. Se i øvrigt under afsnit 3.1.

Virksomheder, der fx på nettet markedsfører fritstående kreditter fra en eller flere bestemte kreditudbydere mod at få en finansiel modydelse, vil også være kreditformidler.

4.4.2 Hvad skal oplyses om beføjelserne?

Kreditformidleren skal oplyse, om kreditformidleren er selvstændig mægler eller samarbejder med en eller flere bestemte kreditgivere.

Hvis kreditformidleren samarbejder med en eller flere kreditgivere, skal kreditformidleren oplyse kreditgiverens navn, for at forbrugerne sikres størst mulig gennemsigtighed både for så vidt angår vurderingen af kreditformidlerens markedsføring og med hensyn til, hvem der er kontraktparten i det markedsførte kredittilbud.

Hvis en kreditgiver tilbyder kreditter til forbrugere under et andet brand/binavn, skal både kreditgiverens binavn og primære navn oplyses af kreditformidleren.

Hvis det er helt åbenbart, hvilke virksomheder kreditformidleren samarbejder med, behøver kreditgiverens navn ikke at blive oplyst. Det kan fx være tilfældet, hvor en internettøjbutik tilbyder finansiering af tøj Købet, og "knappen", som forbrugeren skal klikke på for at se finansieringstilbuddet, er forsynet med en kendt kreditgivers logo. Er kreditgiveren mindre kendt, kan yderligere oplysninger om kreditgiverens identitet efter omstændighederne alligevel være påkrævet, for at forbrugeren kan forstå, at der er tale om en finansiel samarbejdspartner.

4.4.3 Hvordan skal beføjelserne vises i markedsføringen?

§ 18, stk. 4, stiller ikke krav til, hvordan oplysningen om kreditformidlerens samarbejdspartnere skal vises i reklamen eller det forbrugerhenvendte materiale.⁴⁶ Samarbejdsoplysningerne skal fx ikke stå i det repræsentative eksempel.⁴⁷

⁴³ Virksomheder, der ikke er kreditformidlere i kreditaftalelovens forstand, er ikke omfattet af § 18, stk. 4, men vil stadigvæk skulle overholde § 18, stk. 1-3, når de markedsfører forbruger kreditter. Handler virksomheden på vegne af en kreditgiver, og er markedsføringen af kreditten en købsopfordring, jf. markedsføringslovens § 6, stk. 2, vil virksomheden skulle oplyse om kreditgiverens navn og adresse, jf. § 6 stk. 2, nr. 2.

⁴⁴ Definitionen på kreditkøb/trepartsforhold findes i kreditaftalelovens § 14, stk. 1, nr. 15, b.

⁴⁵ Betegnelsen kreditformidler er defineret i kreditaftalelovens § 4, stk. 1, nr. 6., nemlig som: "En fysisk eller juridisk person, der ikke optræder som kreditgiver, og som mod betaling af et honorar, der kan antage form af penge eller en anden aftalt form for finansiel modydelse, som led i udøvelsen af sin erhvervsmæssige virksomhed a) præsenterer kreditaftaler for forbrugere eller tilbyder kreditaftaler til forbrugere, b) bistår forbrugere ved at udføre andet forberedende arbejde med henblik på kreditaftaler end det, der er omhandlet i litra a, eller c) indgår kreditaftaler med forbrugere på kreditgiverens vegne."

⁴⁶ Her menes alt forbrugerhenvendt materiale, jf. forhåndsbesked i sag. nr. 11/01808.

⁴⁷ Men samarbejdsoplysningen kan evt. placeres i umiddelbar tilknytning hertil. Se eksempel A.

Men oplysningen om, hvilke kreditgivere kreditformidleren samarbejder med, er væsentlige oplysninger.⁴⁸ Det vil derfor kunne være vildledende i strid med markedsføringslovens § 6, hvis oplysningerne ikke gives klart og tydeligt i markedsføringen. Forbrugerombudsmanden har i en konkret sag udtalt, at det var vildledende i strid med markedsføringslovens § 6, at en kreditformidler ikke havde oplyst klart og tydeligt om, hvilken bank vedkommende samarbejdede med på sin hjemmeside. Oplysningen fremgik kun allernederst i den ansøgningsblanket, som forbrugeren kunne udfylde på siden.

⁴⁸ Oplysningen om, hvilke kreditgivere kreditformidleren samarbejder med, er væsentlig for forbrugers bedømmelse af den markedsførte kreditmulighed. Fx sikrer oplysningen, at forbrugeren ved, at kreditformidleren har et økonomisk incitament for at markedsføre en bestemt kreditgivers produkter. Oplysningen sikrer også, at forbrugeren er klar over, hvem en evt. kreditkontrakt indgås med.

Kapitel 5

Praksis

I dette kapitel vises to eksempler på, hvordan markedsføringslovens § 18 kan overholdes.

Det betyder, at Forbrugerombudsmanden ikke vil gribe ind over for markedsføring, der er opbygget på samme måde som eksemplerne. Det betyder derimod ikke, at alle andre markedsføringsmåder vil være i strid med § 18.

Kapitlet indeholder også eksempler fra Forbrugerombudsmandens praksis, der viser, hvornår markedsføringslovens §§ 5, 6 og 18 ikke er overholdt. Som det fremgår, er der tale om eksempler, og de er ikke udtømmende. Det vil sige, at også andre markedsføringsmåder kan være i strid med §§ 5, 6 og § 18.

- » 5.1 viser to eksempler, hvor markedsføringslovens § 18 overholdes
- » 5.2 viser eksempler på overtrædelse af markedsføringslovens § 18 og evt. § 5 og § 6
- » 5.3, 5.4 og 5.5 refererer de tre nyeste domme om overtrædelse af § 18 og § 5 og § 6

5.1 Eksempler, hvor § 18 overholdes

Dette afsnit viser to eksempler på markedsføring af lån til køb af bil, som overholder kravene i § 18.

Boks 5.1

Eksempel D 

Situation: Avisannonce



Kør glad afsted med familien i den nye dyt100!

Med sine 5 døre er dyt100 rasende rap og rummelig, både i kabinen og bagagerummet

nyhed!
køb dyt100 for kun **89.980,-**
inkl. lev.



KØB DYT100
med 5 DØRE, NAVIGATION, AC, EL-RUDER.

965 KR. /MD.

Løbetid: 96 mdr. Udbetaling: 20.000 kr. variabel debitorrente: 2,27%.
SAML. Kreditomk: 22.660 kr. SAML. Kreditbeløb: 69.980 kr.
saml. tilbagebetaling: 92.640 kr. AOP: 7,56%. kræver Købafkaskoforsikring hos x-forsikring.

Tiluddet udløber pr. 1. oktober og gælder kun for privatpersoner, SOM KAN KREDITGØRKE ENDES. Finansiering via Dytfinans. Der er fortrydelsesret på lånet.

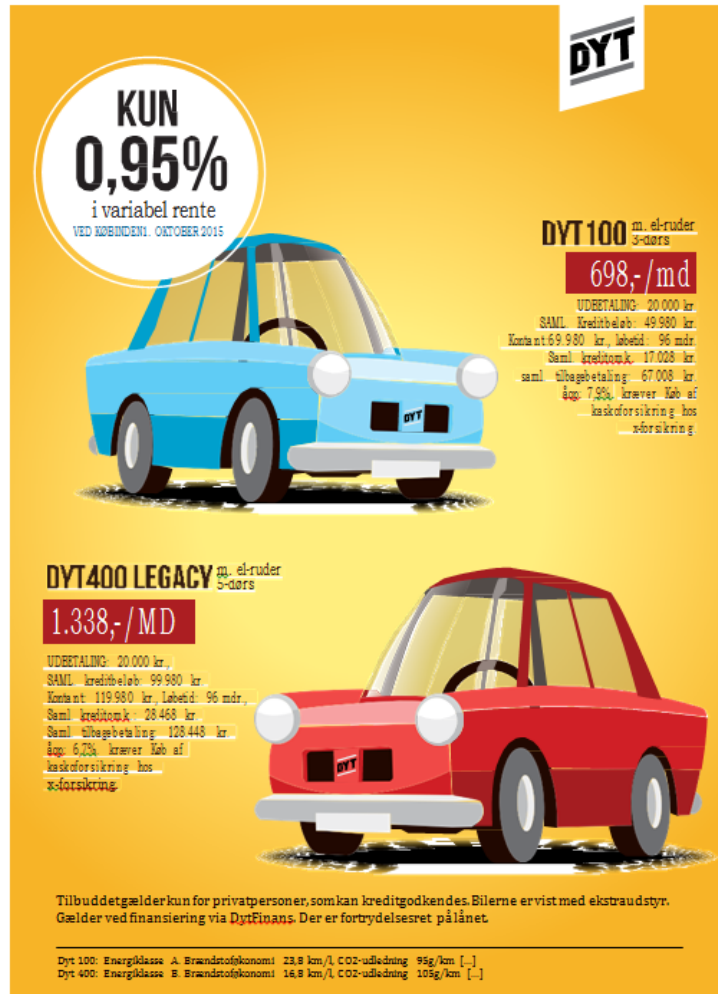
Energilasse A. Brændstofføkonomi 23,8 km/L. CO2-udledning 95 g/km. [...]

Kommentar: § 18, stk. 2: Alle standardoplysningerne er oplyst i annoncen på en klar, kort og fremtrædende måde. Dvs. i umiddelbar forbindelse med den markedsførte ydelse, der udløser oplysningspligten. Kontantprisen og ydelsen nævnes kun én gang. Oplysningerne om kreditgiver gives uden for det repræsentative eksempel sammen med oplysningen om fortrydelsesret.

Boks 5.2

Eksempel E 

Situation: Avisannonce om finansieret køb af to forskellige bilmodeller.



KUN 0,95%
i variabel rente
VED BEKENDTELSE OKTOBER 2015

DYT 100 m. el-ruder
3-dørs
698,-/md
UDEBTALING: 20.000 kr.
SAML. kreditleb: 49.980 kr.
Kontant: 69.980 kr., løbetid: 96 mdr.
Saml. kreditomk.: 17.028 kr.
saml. tilbagebetaling: 67.008 kr.
årg. 7,95%, kræver køb af
kaskoforsikring hos
x-forsikring

DYT400 LEGACY m. el-ruder
3-dørs
1.338,-/MD
UDEBTALING: 20.000 kr.
SAML. kreditleb: 99.980 kr.
Kontant: 119.980 kr., løbetid: 96 mdr.
Saml. kreditomk.: 28.468 kr.
Saml. tilbagebetaling: 128.448 kr.
årg. 6,25%, kræver køb af
kaskoforsikring hos
x-forsikring

Tilbudtgælder kun for privatpersoner, som kan kreditgodkendes. Bilerne er vist med ekstraudstyr. Gælder ved finansiering via DytFinans. Der er fortrydelsesret på lånet.

Dyt 100: Energiforbrug A Brændstofforbrug 23,8 km/l CO2-udledning 95g/km [-]
Dyt 400: Energiforbrug B Brændstofforbrug 14,8 km/l CO2-udledning 105g/km [-]

Kommentar: § 18, stk. 2:

Alle standardoplysningerne er oplyst i annoncen på en klar, kort og fremtrædende måde i umiddelbar forbindelse med ydelsen, som sammen med rentesatsen udløser oplysningspligten. Kontantprisen og ydelsen nævnes kun én gang. Det er ikke vildledende at undlade rentebetegnelsen, da den markedsførte rente er debitorrenten. Debitor-renten nævnes kun én gang i annoncen. Oplysningerne om kreditgiver gives uden for det repræsentative eksempel sammen med oplysningen om fortrydelsesret.

5.2 Eksempler på overtrædelse af markedsføringslovens § 18 og evt. § 5 og § 6

Dette afsnit viser i anonymiseret form eksempler på overtrædelser af § 18 og i nogle tilfælde også § 5 og § 6. Eksemplerne er forsynet med en beskrivelse af situationen og kommentarer.

- » 5.2.1 viser et eksempel, hvor kreditoplysningerne ikke står.
- » 5.2.2 viser et eksempel, hvor kreditoplysningerne står sammenblandet med andre oplysninger.
- » 5.2.3 viser et eksempel, hvor kreditoplysningerne står et-klik-væk.
- » 5.2.4 viser et eksempel, hvor kreditoplysningerne står ved mouseover.
- » 5.2.5 viser et eksempel, hvor kreditoplysningerne står, så der skal scrolles ned.
- » 5.2.6 viser et eksempel, hvor kreditoplysningerne står efter ansøgningsknappen.
- » 5.2.7 viser et eksempel, hvor et repræsentativt eksempel skal vises på flere varer.

5.2.1 Kreditoplysningerne vises ikke

Boks 5.3

Eksempel F

Situation: Annonce ved google-søgning på ordet "billån".



Lån til 1,65 % hos M-kreditformidler - Lån helt op til 450.000 kr. her
Annonce www.mkreditformidler.dk/billån
 Underskriv online med **NetID**
 Danmarks billigste billån ifølge forbrugerundersøgelse. Læs mere om lånet
 her. Vi har biler til alle* Finansiering fra 0,- i udb. *Byt din gamle bil til en
 ny!

Kommentar: § 18: Standardoplysningerne gives ikke på det sted, hvor rentesatsen vises første gang i markedsføringen.

§ 6: Den markedsførte rente er vildledende, hvis det ikke er den faste debitorrente, som vises.

5.2.2 Kreditoplysningerne står sammenblandet med andre oplysninger

Boks 5.4

Eksempel G

Situation: Avisannonce om finansiering af bil.

Kommentar: § 18: Standardoplysningerne står ikke på tilstrækkelig klar, tydelig og fremtrædende måde, fordi kreditoplysningerne er sammenblandet med andre oplysninger, er vist med for lille tekst i forhold til den markedsførte ydelse og er placeret under en "afslutningsstreg".

5.2.3 Kreditoplysningerne står et-klik-væk

Boks 5.5

Eksempel H

Situation: Kommerciel sammenligningsportal på nettet. Forbrugeren indtaster lånebeløb og løbetid, hvorved der fremkommer rentesatser, månedlige ydelser og ÅOP. Det angives ikke, hvilken rente der vises. Ved klik på "LÆS MERE" kan forbrugeren se de lovpligtige standardoplysninger, nævnt i § 18, stk. 1.


Kommentar: § 18: Det er ikke alle standardoplysningerne, der står på det sted, hvor rentesatsen vises første gang i markedsføringen. I stedet gives oplysningerne et-klik-væk, hvilket ikke opfylder kravet om, at oplysningerne skal gives på fremtrædende måde.

§ 6: Er den oplyste rentesats variabel i kredittens løbetid, og er det ikke debitorrenten, som vises, vil renteoplysningen være vildledende. Det er heller ikke oplyst, at der er fortrydelsesret på lånet.

Boks 5.6

Eksempel I 

Situation: Bannerreklame på nettet. Forbrugeren skal gætte renten på en fritstående kredit ved at klikke på en af de blinkende rentesatser. Ordet "Fra" viser, at der er et rente-spænd. Men det fremgår ikke, om rentesatserne er variable eller, at det er den pålydende rente, der vises. Ved klik på en rentesats fremkommer et nyt banner.



GÆT RENTEN PÅ VORES NYE PRIVATKUNDELÅN ..

FRA 6,65% FRA 4,75% FRA 3,95% FRA 5,85%



NYT PRIVATKUNDELÅN TIL EN RENTE FRA - DET ER DA LAVT! KUN 3,95%

REPRÆSENTATIVT EKSEMPEL:
SAML. KREDITBELØB: 93.000 KR., MÅNEDLIG YDELSE: 1.203 KR. - 1.523 KR., LØBETID: 6 ÅR, VARIABEL DEBITORRENTE FRA: 4,01% TIL 9,95%, SAML. KREDITOMKOSTNINGER: 13.816 - 29.667 KR., SAML. BELØB DER SKAL BETALES TILBADE: 93.816 KR. - 109.667 KR., ÅOP: 5,52% - 11,58%, ADM. GEBYR FOR BS 15 KR., PR. MD. ETABLERINGSOMK. 3 %, AF LÅNEBELØBET - 006 MIN. 600 KR.

Kommentar: § 18: Standardoplysningerne står ikke på fremtrædende måde, fordi de gives et-klik-væk i bannerreklamen. De lovpligtige kreditoplysninger på side 2 er ikke vist på tilstrækkelig fremtrædende måde set i forhold til rentebudskabet.

§ 6: Rentesatserne vist på bannerets første og anden side er vildledende, fordi der ikke tydeligt står, at renten er variabel. At renten er variabel kan ses af kreditoplysningerne vist nederst på side 2, men oplysningen står så småt, at forbrugerne risikerer at overse den. Forbrugerne kan derfor tro, at renten er fast i hele lånets løbetid. Når det ikke i overskriften er oplyst, at renten på 3,95 pct. er den pålydende rente, risikerer forbrugeren at tro, at der er tale om debitorrenten.

5.2.4 Kreditoplysningerne vises ved mouseover

Boks 5.7

Eksempel J 

Situation: Hjemmeside på internettet. Der markedsføres en fritstående kredit. Ved at køre cursoren hen over rentesatsen ses de lovpligtige standardoplysninger.



LÅN 5.000 KR.

Fast debitorrente 24,7%

ANSØG ONLINE
GODKENDELSE

ANSØ

Løbetid: 36 mdr., mdl. ydelse: 257 kr., ÅOP 56,5%. Saml. tilbagebetaling: 9.264 kr.
Saml. kreditomk.: 4.264 kr.
Saml. kreditbeløb: 5.000 kr.
Forudsætter betaling via netbank.

Det er nemt, hurtigt og anonymt!

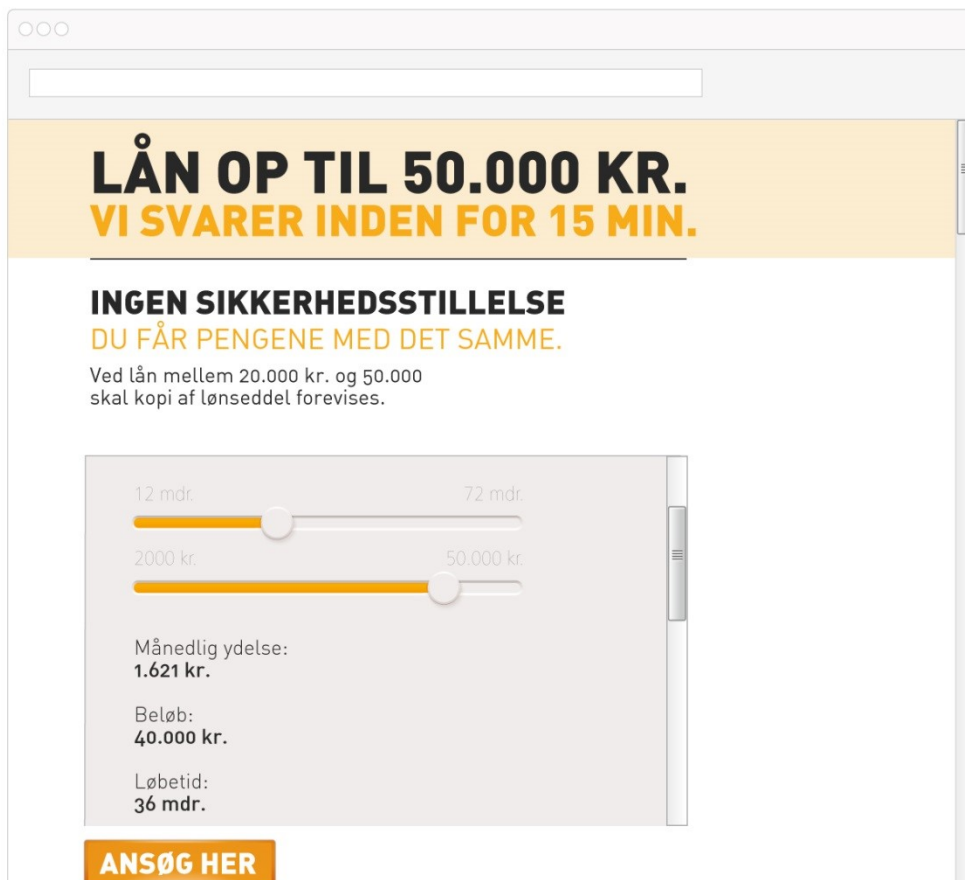
Kommentar: § 18: Standardoplysningerne står ikke på fremtrædende måde på det sted, hvor rentesatsen vises første gang i markedsføringen. Forbrugeren skal foretage sig noget aktivt (lave mouseover) for at se standardoplysningerne.

5.2.5 Kreditoplysningerne står, så der skal scrolles ned

Boks 5.8

Eksempel K

Situation: Låneberegner for en fritstående kredit på hjemmeside. Forbrugeren vælger løbetid og lånebeløb ved at rykke knapperne til højre eller venstre. Derved fremkommer oplysning om den månedlige ydelse, mens forbrugeren skal scrolle ned for at se de øvrige lovpligtige kreditoplysninger.



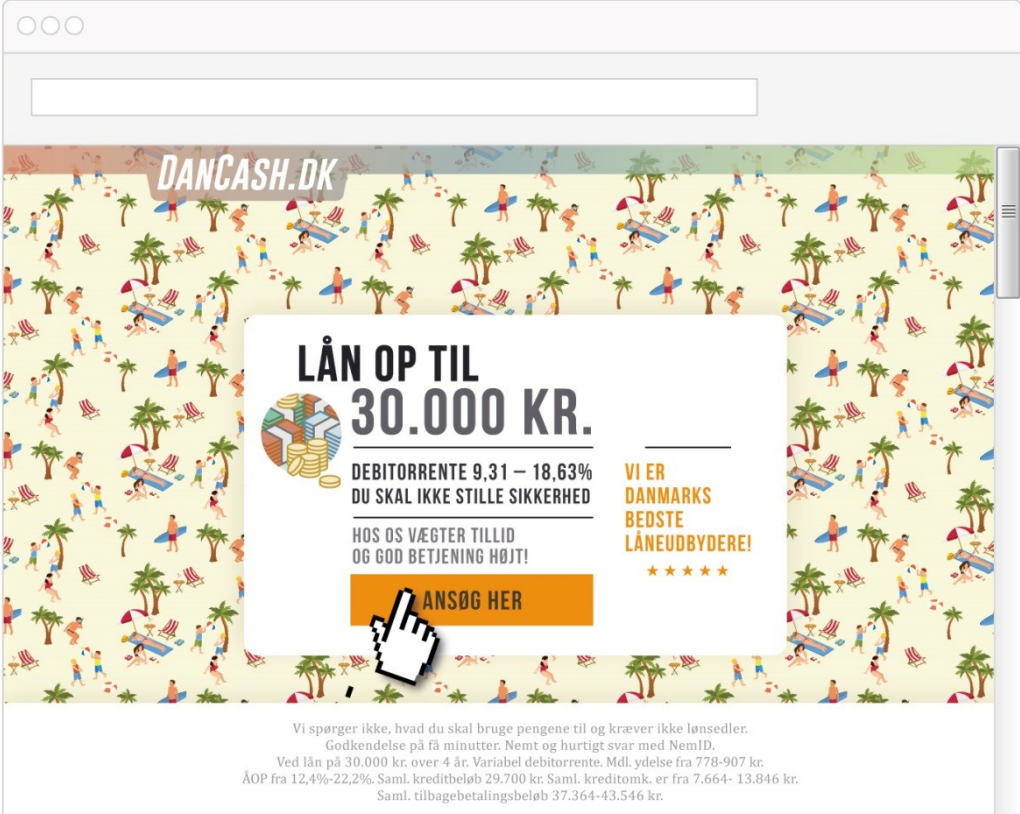
Kommentar: § 18: Standardoplysningerne står ikke på en fremtrædende måde, fordi forbrugeren skal foretage sig noget aktivt (scrolle ned) for at se alle oplysningerne i beregningsvinduet. Ansøgningsknappen er placeret, så forbrugeren kan ansøge om lånet uden at se alle de lovpligtige standardoplysninger. Vær opmærksom på, at tallene i låneberegneren altid er udtryk for et repræsentativt eksempel, da tallene tager udgangspunkt i forbrugerenes egne ønsker. Der skal således ikke laves et yderligere repræsentativt eksempel på hjemmesiden.

5.2.6 Kreditoplysningerne står efter ansøgningsknappen

Boks 5.9

Eksempel L

Situation: Hjemmeside, hvor forbrugerne kan ansøge om lån ved klik på ansøgningsknappen.



DANCASH.DK

LÅN OP TIL 30.000 KR.

DEBITORRENTE 9,31 – 18,63%
DU SKAL IKKE STILLE SIKKERHED

HOS OS VÆGTER TILLID
OG GOD BETJENING HØJT!

ANSØG HER

VI ER DANMARKS
BEDSTE
LÅNEUDBYDERE!
★★★★★

Vi spørger ikke, hvad du skal bruge pengene til og kræver ikke lønsedler.
Godkendelse på få minutter. Nemt og hurtigt svar med NemID.
Ved lån på 30.000 kr. over 4 år. Variabel debitorrente. Mdl. ydelse fra 778-907 kr.
ÅOP fra 12,4%-22,2%. Saml. kreditbeløb 29.700 kr. Saml. kreditomk. er fra 7.664- 13.846 kr.
Saml. tilbagebetalingsbeløb 37.364-43.546 kr.

Kommentar: § 18: Standardoplysningerne står ikke på fremtrædende måde, fordi oplysningerne er placeret nederst på siden under ansøgnings-knappen efter en række andre oplysninger, og fordi oplysningerne er blandet sammen med andre oplysninger.

§ 6: Debitorrenten i over-skriften er vildledende, fordi det ikke fremgår, at den er variabel.

5.2.7 Eksempel, hvor et repræsentativt eksempel skal vises på flere varer

Boks 5.10

Eksempel M

Situation: Tilbudsavis for elektronikkæde der viser varer med mulighed for kreditkøb. Der markedsføres en månedlig ydelse ved hver vare. Det samlede tilbagebetalingsbeløb vises ved hver vare.



OP TIL 2 ÅRS RENTEFRI FINANSIERING
 Oprettelsesgebyr 399,- ved 1 år og 999,- ved 2 år

4999,-
 PRIS I 12 MDR. = 450,-/MD.
 * I ALT: 5398,-

2666,-
 PRIS I 12 MDR. = 256,-/MD.
 * I ALT: 3065,-

2499,-
 PRIS I 12 MDR. = 242,-/MD.
 * I ALT: 2.898,-

*** OP TIL 2 ÅRS RENTEFRI FINANSIERING** 
Eksempel ved automatisk betaling med Dankort:
 Samlet kreditbeløb 20.000 kr. Løbetid 1 år. Md. ydelse: 1.700 kr. Oprettelsesgebyr 399 kr. Samlede kreditomkostninger 399 kr. Samlet beløb, der skal betales tilbage 20.399 kr. ÅOP 3,7%. Fast debitorrente 0%. Lån ydes kun på det beløb, du køber for i butikken. Max. 20.000 kr.
 Kreditgiver: X-bank. Der er fortrydelsesret på lånet

Kommentar: § 18: Eksemplet i nederste højre hjørne er ikke repræsentativt, fordi virksomheden skal vise et repræsentativt eksempel ved hver vare, og beregningen af de lovpligtige kreditoplysninger tager udgangspunkt i hver vares kontantpris.

5.3 Dom afsagt af Retten i Glostrup den 20. november 2013

En kreditgiver markedsførte på første side af sin hjemmeside forbrugerkreditter på op til 250.000 kr. med angivelse af "Rente fra 7,8 pct.". Der blev ikke samme sted umiddelbart synligt i form af et repræsentativt eksempel givet de standardoplysninger, som kræves i markedsføringslovens § 18, stk. 1.

Derudover blev der på forsiden markedsført forbrugerkreditter på op til 50.000 kr. med en beregningsfunktion, hvor forbrugeren kunne vælge løbetid og kreditbeløb og få vist den månedlige ydelse. Derimod blev der ikke samme sted angivet debitorrenten, hvorvidt debitorrenten var fast eller variabel eller begge dele, samlede omkostninger, ÅOP og det samlede beløb, der skulle betales tilbage.

Forbrugerombudsmanden fandt, at markedsføringen udgjorde en overtrædelse af markedsføringslovens § 18. Derudover var markedsføringen af renten vildledende i strid med markedsføringslovens § 6, fordi det ikke blev angivet, at det var den pålydende rente, som blev vist, og at den højeste rente i rentespændet var 22,8 pct. På den baggrund blev kreditgiveren politianmeldt.

Ved Retten i Glostrup blev kreditgiveren dømt for at overtræde § 18, stk. 1 og 2, i markedsføringsloven, fordi:

- » Kreditgiveren i markedsføringen af lån på op til 50.000 kr. havde vist ydelsen på kreditten i beregneren på forsiden af hjemmesiden, mens de øvrige lovpligtige kreditoplysninger ikke var vist umiddelbart synlige.
- » Kreditgiveren i markedsføringen af lån på op til 250.000 kr. havde vist rentesatsen på kreditten på forsiden af hjemmesiden, mens de øvrige lovpligtige kreditoplysninger ikke var vist umiddelbart synlige.

Kreditgiveren blev derudover dømt for at overtræde § 6 i markedsføringsloven, fordi:

- » Kreditgiveren i markedsføringen af lånet på 250.000 kr. havde oplyst, at renten var "Fra 7,8 pct.", mens det ikke blev angivet, hvilken rente der var tale om, og det heller ikke blev angivet, at den højeste rente i rentespændet var 22,8 pct.

Kreditgiveren blev idømt en bøde på 100.000 kr. Retten lagde ved bødeudmålingen blandt andet vægt på karakteren og grovheden af overtrædelserne. Som skærpende omstændighed lagde retten vægt på, at der var sket overtrædelse af både § 18 og § 6, at det havde foregået i over et år, at der var tale om professionel udlånsvirksomhed af betydeligt omfang, og at der var tale om manglende kreditoplysninger på forsiden af hjemmesiden. Som formildende omstændighed lagde retten vægt på, at de manglende oplysninger kunne findes på hjemmesidens underliggende sider.

Der var ikke oplysninger om fortjenesten eller markedsføringsomkostningerne, og ansøgning via hjemmesiden var ikke den eneste måde, hvorpå kreditgiveren solgte kreditter. Bøden blev derfor fastsat skønsmæssigt af retten.

5.4 Dom afsagt af Retten i Glostrup den 18. november 2013

En kreditgiver markedsførte på forsiden af sin hjemmeside forbrugerkreditter på op til 100.000 kr. med angivelse af "Rente fra 7,8 pct. (ÅOP fra 9,5 pct.)". Det blev ikke oplyst, hvilken rente der var tale om, og at højeste rente i rentespændet var 22,8 pct.

Hvis forbrugeren kørte cursoren hen over tallet "7,8 pct.", blev følgende oplyst: "Årlig nominel rente 8,08 pct., Lån i alt 104.000 kr., omk. 4.000 kr., Udbetalt beløb 100.000 kr. Over 120 mdr./via BS". Kreditoplysningerne blev således ikke givet umiddelbart synligt, mens andre af de i § 18, stk. 1, krævede standardoplysninger slet ikke blev oplyst.

Derudover blev der på hjemmesidens første side markedsført forbrugerkreditter på op til 50.000 kr. med et beregningsfelt, hvor forbrugeren kunne vælge løbetid og kreditbeløb, hvorefter den månedlige ydelse blev oplyst. Oplysningerne om ÅOP, debitorrenten, kreditomkostningerne blev ikke vist umiddelbart synligt i beregneren, idet forbrugeren skulle scrolle ned

for at se oplysningerne. Det blev slet ikke oplyst i beregneren, hvorvidt renten var variabel, fast eller begge dele, samt hvilket beløb forbrugeren samlet skulle betale tilbage.

Fra hjemmesidens første side kunne forbrugeren vedrørende lån op til 100.000 kr. klikke på knappen "Beregn lån", hvorved der fremkom en ny side "Beregn online – og få et godt overblik". Her kunne forbrugeren indtaste lånebeløb og løbetid, hvorefter der blev givet de i § 18, stk. 1, nævnte standardoplysninger - på nær oplysningen om, hvorvidt debitorrenten var variabel eller fast, samt oplysningen om, hvad der samlet skulle betales tilbage.

Ved Retten i Glostrup blev kreditgiveren dømt for at overtræde § 18 stk. 1 og 2, i markedsføringsloven, fordi:

- » Kreditgiveren i markedsføringen af lån på op til 100.000 kr. havde vist en rentesats for kreditten på forsiden af hjemmesiden, mens forbrugeren skulle køre cursoren henover oplysningen om rentesatsen for at få oplyst nogle af de lovpligtige kreditoplysninger, mens andre af de lovpligtige kreditoplysninger helt manglede.
- » Kreditgiveren havde markedsført ydelsen på lån op til 50.000 kr. i en beregner vist på hjemmesidens forside, mens nogle af de lovpligtige kreditoplysninger ikke var umiddelbart synlige, medmindre forbrugeren scrollede ned i feltet med beregneren og andre kreditoplysninger helt manglede.

Kreditgiveren blev derudover dømt for at overtræde § 6 i markedsføringsloven, fordi:

- » Kreditgiveren i markedsføringen af lånet på 100.000 kr. havde oplyst, at renten var "Fra 7,8 pct.", mens der ikke blev angivet, hvilken rente der var tale om, og det heller ikke blev angivet, at den højeste rente i rentespændet var 22,8 pct.

Kreditgiveren blev idømt en bøde på 100.000 kr. Retten lagde ved bødeudmålingen blandt andet vægt på karakteren og grovheden af overtrædelserne – herunder at der var sket overtrædelse af både § 18 og § 6, at det havde foregået i over et år, og at der var tale om professionel udlånsvirksomhed af betydeligt omfang.

Der var ikke oplysninger om fortjenesten eller markedsføringsomkostningerne, og ansøgning via hjemmesiden var ikke den eneste måde, hvorpå kreditgiveren solgte kreditter. Bøden blev derfor fastsat skønsmæssigt af retten.

5.5 Dom afsagt af Retten i Roskilde den 10. januar 2014

En låneformidler tjente penge på at formidle lån for en bank via tre hjemmesider, hvor der blev reklameret for forbrugerkreditter.

På forsiden af to af hjemmesiderne reklamerede låneformidleren for lån op til 50.000 kroner med angivelse af den pålydende rente. Det samme sted var der en låneberegner, hvor forbrugeren kunne vælge lånebeløb og løbetid og samtidig fik vist ÅOP og ydelse ud fra de valgte kriterier.

Men i det repræsentative eksempel i låneberegneren manglede der oplysninger om debitorrenten, hvorvidt denne rente var variabel eller fast, de samlede omkostninger ved lånet og det samlede beløb, som forbrugeren skulle betale tilbage.

På forsiden af den tredje hjemmeside blev der kun vist et lånebeløb og en månedlig ydelse, mens der ikke samme sted blev vist et repræsentativt eksempel med de øvrige lovpligtige standardoplysninger.

Retten i Roskilde dømte kreditformidleren for overtrædelse af § 18 i markedsføringsloven, fordi:

- » Kreditgiveren havde vist den månedlige ydelse, ÅOP, og den pålydende rente på forsiden af to af hjemmesiderne, mens de øvrige lovpligtige kreditoplysninger ikke blev vist på samme side.
- » Kreditgiveren havde vist den månedlige ydelse på forsiden af den tredje hjemmeside, mens de øvrige lovpligtige kreditoplysninger ikke blev vist på samme side.

Retten udtalte i forbindelse med dommen, at retten fandt, at oplysningerne burde være givet på hjemmesidernes forside, da forbrugerne allerede på forsiden via et klik kunne gå til ansøgningsformularen og herefter indsende ansøgning om lån. Forbrugeren kunne således ansøge om lån uden at være blevet gjort bekendt med de lovpligtige kreditoplysninger.

Kreditformidleren blev idømt en bøde på 25.000 kr. Ved fastsættelsen af bødens størrelse lagde retten vægt på karakteren og grovheden af forholdet. Retten anså det som en skærpende omstændighed, at markedsføringen af lånene var sket på tre hjemmesider i over et år. Retten anså det som en formildende omstændighed, at låneformidleren kun havde formidlet lånene og havde haft en beskeden indtjening på hjemmesiderne. Derudover havde låneformidleren hurtigt rettet hjemmesiderne, da låneformidleren blev gjort opmærksom på manglerne, og låneformidleren havde også bidraget til sagens oplysning.