

27 MAR 2017



Justis- og  
beredskapsdepartementet

*Sendes elektronisk, ettersendes  
med post*

Dato: 23.03.2017

Vår ref.:

Deres ref.:

## **Forskrift om god kredittmarkedsføring - hørings svar**

### **1. Innledning**

Vi viser til høringsbrev datert 03.03.17 vedrørende forslag til forskrift om god kredittmarkedsføring med frist 23.03.17. Dette hørings svaret supplerer Finans Norges innlegg i høringsmøte torsdag 16.03.17.

Finans Norge er hovedorganisasjon for finansnæringen i Norge. Vi representerer om lag 240 finansbedrifter, herav 120 banker. Forslaget om forskrift om god kredittmarkedsføringsskikk har dermed stor betydning for våre medlemmer.

Vi er overrasket over at Justisdepartementet velger å sende ut forslaget med kun 20 dagers høringsfrist, uten å omtale årsaken til dette i høringsdokumentene. Fristen har gjort det umulig å få en forsvarlig diskusjon med våre medlemsforetak, som jo vil være direkte berørt av forskriften. Som vi kommer tilbake til, er tematikken som behandles i forskriften godt kjent for våre medlemmer, ettersom de i regi av Finans Norge nettopp har vært gjennom en omfattende prosess med å utarbeide en bransjenorm om forbrukslån og kredittkort. Forskriftsforslaget går imidlertid lenger enn bransjenormen på flere punkter. Dersom departementet også etter denne første høringsrunden vurderer å opprettholde forslaget på de punktene hvor forskriftsforslaget er mer inngripende enn bransjenormen, må vi få bedre tid til å diskutere og forankre tilbakemeldingen med våre medlemsforetak.

### **2. Hovedsynspunkter**

- Tilgang til kreditt er i utgangspunktet et gode for forbruker. Samtidig kan kreditter – og da først og fremst usikrede kreditter - representere utfordringer for enkeltpersoner som pådrar

**Finans Norge**

seg høyere gjeld enn de har økonomi til å håndtere. Omfanget av problemet er imidlertid begrenset med hensyn til antall berørte personer, og dette må få betydning for valg av tiltak.

- Finans Norge er i utgangspunktet positiv til at det forskriftsfestes regler for god kredittmarkedsføring. Forskriften bør imidlertid ikke gå lenger enn den bransjenormen som en samlet finansnæring har blitt enig om. Reguleringer utover bransjenormen vil etter vår vurdering ikke være forholdsmessig vurdert opp mot formålet med reguleringen.
- På noen områder er forslaget mangelfullt utredet, og det mangler også en vurdering av forskriften sett i sammenheng med øvrige regelverksinitiativer og tiltak som skal bidra til å løse samme formål. Forholdsmessighetsvurderingen blir dermed ikke god nok.

### 3. Generelle merknader

#### 3.1 Usikret kreditt og problemets omfang

Tilgang til kreditt er i utgangspunktet et gode for forbruker. Samtidig kan kreditter – og da først og fremst usikrede kreditter - representere utfordringer for enkeltpersoner som pådrar seg høyere gjeld enn de har økonomi til å håndtere. Problemstillingen er først og fremst aktuell ved usikret kreditt. De mest sårbare husholdningene har stort sett kun tilgang til slike kreditter, ettersom disse husholdningene ofte ikke har formuesgoder – typisk fast eiendom - som kan anvendes som pantesikkerhet. I tillegg er rentene på usikret kreditt høyere, hvilket medfører en relativt sett økt belastning sammenlignet med sikret kreditt for husholdninger med stramme økonomiske rammer.

Usikret gjeld utgjør imidlertid likevel kun om lag tre prosent av samlet gjeld og dermed en beskjeden andel av husholdningenes totale gjeld. Analyser viser også at det kun er 0,2 pst. av alle husholdninger som er særlig sårbare for negative finansielle sjokk.<sup>1</sup> Problemet gjelder med andre ord et svært begrenset antall forbrukere, men er likevel svært alvorlig for personene det gjelder. Omfanget må likevel få betydning for valget av tiltak.

#### 3.2 Tiltak fra næringens side

Finans Norge mener det er viktig å forhindre at flere personer får økonomiske problemer som følge av forbrukslån. Derfor er det også viktig å sikre at forbrukeren ikke anbefales eller motiveres til å inngå avtaler om kreditt som ikke passer forbrukerens finansielle situasjon, og bransjen er enige i at markedsføring av forbrukslån og kredittkort ikke skal være aggressiv og for påtrengende.

Som kjent har Finans Norge og Finansieringsselskapenes Forening (FinFo) derfor utarbeidet og vedtatt en bransjenorm for markedsføring av forbrukslån og kreditt (heretter «bransjenormen»), se vedlegg 1. Våre 120 direkte bankmedlemmer og de 15 banker/finansieringsselskaper som er medlemmer gjennom FinFo har forpliktet seg til å følge bransjenormen. Samlet dekker disse en svært høy andel av kredittmarkedet som henvender seg til norske forbrukere.

---

<sup>1</sup> Kilde: «Sterk vekst i forbrukslån», Aktuell kommentar nr. 1/2017, Norges Bank

Normen er utarbeidet med utgangspunkt i Forbrukerombudets forskriftsforslag som ble fremlagt i 2013. Den inneholder mange av de tiltakene som fremgår av forskriftsforslaget, samt enkelte tiltak som går lenger enn forslaget som fremmes, bl.a. forbud mot markedsføring av forbrukslån til forbrukere under 25 år og en tydeliggjøring av finansforetakets ansvar for egne affiliates/partnere osv.

### **3.3 Synspunkter på forskriften**

Finans Norge er derfor også i utgangspunktet positiv til at det forskriftsfestes regler for god kredittmarkedsføring. I motsetning til bransjenormen vil den gjelde alle finansforetak, også de som ikke er medlemmer av vår organisasjon eller FinFo, og den vil også kunne håndheves av Forbrukerombudet.

Vi støtter – med enkelte presiseringer - departementets forslag om å foreta innstramninger i elementer som skal benyttes i markedsføringstiltak, og vi mener det er hensiktsmessig å regulere strengere enkelte markedsføringstiltak som konkurranser og vervekampanjer. Dette er også regulert i bransjenormen.

Samtidig mener vi at forslaget som fremmes er for vidtrekkende. Forslaget til forskrift bygger på det forslaget Forbrukerombudet sendte til Barne- og likestillingsdepartementet i 2013, og som vi også tok utgangspunkt i da vi utarbeidet bransjenormen. Forslaget som nå er lagt frem går imidlertid enda lenger enn ombudets forslag, uten at det samtidig er foretatt noen vurdering av hvor streng en forskrift om markedsføring av kreditt må være sett i lys av at det siden 2013 er diskutert en rekke andre tiltak som skal ivareta samme formål, se punkt 3.4.

På enkelte områder er forslaget etter vår mening mangelfullt utredet. Utredningen behandler i det alt vesentlige handlingsrommet for å innføre norsk særregulering, og diskuterer i liten grad spørsmål som forskriftens virkeområde, mulighetene for måloppnåelse sett i sammenheng med øvrige regelverksinitiativer og konsekvensene i markedet. Se også våre kommentarer til § 1 om forslaget om å innlemme lojalitetsprogrammer spesielt. Det er heller ikke sagt noe om hvordan forslaget vil forholde seg til annet regelverk som kan få betydning for hvordan kreditt markedsføres eller formidles, så som endringer i de generelle reglene for telefonsalg, implementering av boligkredittdirektivet og implementering av PSD II.

Finans Norge mener på denne bakgrunn at forskriften ikke bør gå lenger enn bransjenormen. Det må legges betydelig vekt på at en samlet finansnæring har brukt trekvart år på å utarbeide et regelverk som vil bidra til å dempe aggressiviteten i markedsføringen, og at alle foretakene har forpliktet seg til å følge bransjenormen. En strengere forskrift mener vi vil være et uforholdsmessig tiltak sett hen til problemets omfang.

På denne bakgrunn foreslår vi at forskriften begrenses i overensstemmelse med bransjenormen, og at det eventuelt besluttes en evaluering av forskriften om for eksempel tre år.

### 3.4 Behov for andre tiltak

Som nevnt er det på trappene andre tiltak, hvor noen i seg selv trolig vil være mer treffsikre og virkningsfulle overfor det aktuelle problemet enn en forskrift om god kredittmarkedsføring. Også helheten av virkemidler bør hensyntas i vurderingen av hvor streng en forskrift om markedsføring av kreditt bør være:

- Det er viktig at lov om gjeldsregister (gjeldsopplysningstjenester) vedtas så raskt som mulig. Gjeldsregistertjenester vil gjøre at våre medlemmer får et verktøy til å foreta bedre og riktigere kredittvurderinger av søkerne. Det må antas at færre vil kunne pådra seg for stor gjeldsbyrde etter dette.
- Det er foreslått forskriftsbestemmelser om fakturering av kredittkortgjeld.
- Vi har foreslått at det for forbrukslån, i likhet med for boliglån, fastsettes krav til betjeningsevne, avdragsbetaling og maksimal gjeldsgrad (likevel slik at bankene må innrømmes en viss fleksibilitetskvote). Se hørings svar fra Finans Norges til Finansdepartementet om forslag til forskrift om fakturering av kredittkortgjeld mv. (vedlegg 2).
- I tillegg mener vi at økonomi må inn som fag på alle nivåer i skolen. Vi mener faget har for liten plass i grunnutdanningen og kommer for sent inn i opplæringen. Etter vår oppfatning må personlig økonomi inn i hele utdanningsløpet som obligatorisk kompetansemål i barneskolen, eget fag i ungdomsskolen og med flere timer på alle trinn i videregående skole. Slik opplæring er avgjørende for at den enkelte kan ta opplyste og individuelt tilpassede privatøkonomiske valg om bl.a. kredittopptak. Finans Norge har etablert er undervisningsopplegg som kan brukes i skolen (Økonomilappen), og en portal hvor lærere kan finne undervisningsmaterieil om personlig økonomi (Skolemeny). I 2016 fikk 37 000 skoleelever økonomiundervisning av ansatte i finansnæringen rundt omkring i landet, gjennom ordningen Ungt Entreprenørskap.
- Vi mener at det også bør utredes hvordan affiliates mv. kan ansvarliggjøres i større grad enn i dag, samt også hvordan aktører som tilbyr produkter i konkurranse med finansforetakene, bl.a. som følge av implementering av PSD II, ulike digitale plattformer som tilbyr finansiering mv., kan omfattes av det samme regelverket slik at forskriften ikke utgjør et konkurransevridende tiltak.

## 4. Konkrete merknader

### 4.1 Til virkeområdet og hjemmelsgrunnlaget

Som allerede varslet i våre generelle merknader mener Finans Norge at virkeområdet for forskriften må begrenses. Vi mener for det første at forskriften må gjelde markedsføring av usikret kreditt mot forbrukere. Så vidt vi oppfattet øvrige aktører i høringsmøtet, var dette gjengs oppfatning.

For det annet mener vi at forskriften på noen punkter må skille mellom markedsføring overfor nye kunder og eksisterende kunder, se våre merknader til §§ 1 og 3.

Finans Norge vil også stille et spørsmål til hjemmelsgrunnlaget. Forskriften er hjemlet i finansavtaleloven § 46 tredje ledd. Dette innebærer at forskriften kun vil gjelde for foretak som omfattes av finansavtaleloven § 1. Finans Norge kan ikke se at departementet har vurdert om alle selskap som markedsfører eller kommer til å markedsføre kreditt, vil omfattes av regelverket og om forslaget vil få en konkurransevridende effekt. Vi vil ikke problematisere dette ytterligere nå, men mener at problemstillingen bør utredes. Foretak som opererer i samme marked må ha like rammebetingelser.

#### **4.2 Til § 1 Forbud mot visse tilleggsfordeler**

Når det gjelder deltakelse i konkurranser deler Finans Norge vurderingen av at slike ikke skal benyttes mot forbrukere som ikke er kunder av foretaket for å markedsføre kredittprodukter. Samtidig mener vi at eksisterende kunder må kunne eksponeres for konkurranser, likevel under den forutsetning av at det for deltakelse ikke stilles krav om at kunden må benytte hele eller deler av innvilget kreditttramme se bransjenormen pkt. 7 bokstav b).

Det foreslås i bestemmelsens annet ledd at markedsføring av kreditt ikke skal tilby fordeler i kundelojalitetsprogram. Dette forslaget er for dårlig utredet, og bør derfor tas ut. Det finnes svært mange ulike konsepter av lojalitetsprogrammer, noe som ikke er problematisert i forslaget. Lojalitetsprogrammet vil normalt være knyttet opp mot betalingstjenesten i kortet, ikke kredittelementet. Årsaken til at det likevel kan være knyttet opp mot sistnevnte element, er nettopp fordi kredittkortet er mest fornuftig å benytte på reise og ved netthandel, jf. også finansavtaleloven § 54 b. Vi vil understreke at det er viktig at departementet har oversikt over konsekvensene før en slik regel eventuelt vedtas. For eksempel har mange unge voksne sin eneste reiseforsikring gjennom betaling av reise med kredittkort på nett.

I denne forbindelse peker våre medlemmer også på at første setning i § 1, som spesielt nevner at forbudet også skal omfatte «utnyttelse av en allerede inngått rammeavtale» etter sin ordlyd også kan ramme f.eks. lojalitetsprogrammer. Inntil kunde-/lojalitetskonsepter eventuelt er vurdert nærmere, bør denne delen av setningen utgå.

#### **4.3 Til § 2 Forbud mot markedsføring som oppfordrer til uansvarlig låneopptak**

Det generelle forbudet mot å «oppfordre til uansvarlig låneopptak» var ikke med i det opprinnelige forslaget fra Forbrukerombudet, og det er uklart hva det eventuelt vil tilføre. For personer som allerede har utfordringer med å betale sin gjeld, vil ethvert markedsføringstiltak kunne sies å være en oppfordring til uansvarlig låneopptak. Vi legger til grunn at det likevel ikke er ment å være et generelt forbud mot markedsføring av forbrukslån. Vi er imidlertid enig med departementet i at markedsføring av usikret kreditt ikke skal fokusere på elementene i bokstav a), c) og d), jf. også pkt. 7 a i bransjenormen. Dette er elementer som vil kunne medvirke til å forsterke impulsive, ikke-veloverveide kredittopptak.

Bokstav b) om hvor raskt man kan få svar på kredittsøknad, går lenger enn bransjenormen. For foretak som har utviklet gode, automatiserte kredittbehandlingssystemer, er rask svartid ett

konkurransparameter. Vi ser imidlertid poenget som har vært oppe i diskusjonen om at det kan være vanskelig for forbruker å se forskjellen på «svar på dagen» og «lån på dagen».

#### **4.4 Til § 3 Forbud mot direkte markedsføring av kreditt**

Det fremgår av første setning at kredittavtaler ikke skal markedsføres direkte til forbrukere ved hjelp av adressert reklame eller telefonsalg uten mottagerens forutgående uttrykkelig samtykke. Dette innebærer at markedsføring heller ikke skal kunne skje mot forbrukere som ikke er reservert i Reservasjonsregisteret.

Etter vår mening er reglene i markedsføringsloven, som forbyr telefonsalg og adressert reklame til forbrukere som har reservert seg i Brønnøysundregisteret, tilstrekkelig strenge. Det blir også temmelig uoversiktlig hvis man skal operere både med reglene om reservasjon, «uttrykkelig anmodning» og unntak for kontakt med egne kunder etter markedsføringsloven for finansielle tjenester generelt, og samtykke som særskilt grunnlag for forbrukslån etter forskriften. Vi vil også peke på at det vil bli vanskelig å innhente samtykke til markedsføring av kreditt dersom det ikke er anledning til å ta kontakt direkte med kunden i noen kanaler uten å ha samtykke først.

Vi mener derfor det må være adgang til å kontakte ikke-reserverte forbrukere som i dag, slik også bransjenormens har lagt til grunn, se pkt. 6 bokstav a), jf. bokstav d). Vi vil minne om at kreditt er et gode for forbruker, og at slike produkter må kunne markedsføres mot forbrukere som ikke er sårbare. Ved bruk av adressert reklame, i motsetning til for eksempel uadressert reklame, kan finansforetaket for øvrig også unngå å rette markedsføring for usikret kreditt til forbrukere som er ekstra sårbare.

Finans Norge er helt enig med departementet i at kredittavtaler til forbrukere ikke skal markedsføres ved bruk av dørsalg, og har ingen innvending mot at dette tas inn i forskriften. Så vidt vi er kjent med gjøres dette ikke i dag, og dette er også årsaken til at det ikke er omtalt i bransjenormen.

Vi er også enige i at forbrukslån ikke skal selges på standssalg. Etter bransjenormen vil det imidlertid være tillatt med standssalg av kredittkort. Årsaken til at vi har skilt mellom disse, er at kredittkort ikke anses som et like utsatt produkt for de sårbare forbrukerne. Vi har i tillegg satt krav om at finansforetaket må vente 5 dager med å sende ut kredittkortet, jf. bransjenormen pkt. 7 bokstav c). Forbrukeren vil ved inngåelse av kredittkortavtale også kunne benytte sin angrerett. En gjeldsopplysningstjeneste (gjeldsregister) vil dessuten bidra til at personer med for mye kreditt, vil få en begrenset tilgang til kredittkort. Følgelig er rask vedtakelse og ikraftsettelse av gjeldsopplysningsloven (gjeldsregisterloven) et svært viktigere tiltak som altså skal virke sammen med reglene om markedsføring.

#### **5. Avsluttende merknader**

Finans Norge vil igjen understreke at norsk finansnæring er opptatte av å bidra til at færre forbrukere pådrar seg uhåndterlig gjeld. Samtidig må vi få påpeke at tilgang til kreditt er et gode for de mange som har både betalingsevne og -vilje. Tiltak som skal settes inn for å ivareta hensynet til de mest

sårbare forbrukerne, må derfor avveies nøye mot hensynet til å kunne både tilby og markedsføre kreditt, herunder usikret kreditt, i fremtiden.

Det mest avgjørende punktet i låneprosessen er vurderingen av om en kredittøkning skal innvilges eller ikke. De viktigste tiltakene vil etter vår vurdering derfor være de som rettes inn mot dette tidspunktet. I så henseende er det avgjørende at finansforetaket har god oversikt over søkerens økonomiske situasjon, og derfor må lov om gjeldsregister/gjeldsopplysningstjeneste komme på plass så snart som mulig.

Forskrift om god kredittmarkedsføring vil også være et godt tiltak, men den bør begrenses til samme nivå som bransjenormen. Strengere regler vil etter vår mening være uforholdsmessig strengt sett opp mot formålet den skal regulere, sett i lys av de andre tiltakene som også skal iverksettes.

Dersom Justisdepartementet likevel vil gå lenger enn bransjenormen, ber vi om å få ordinære tre måneders svarfrist på høringen.

Vi stiller oss også til disposisjon for departementet dersom det er ønskelig med et møte om dette.

Med vennlig hilsen  
**Finans Norge**

Idar Kreutzer

adm. dir.



Gry Nergård

direktør

Vedlegg:

1. Bransjenorm for markedsføring av forbrukslån og kredittkort
2. Finans Norges høringssvar til forslag til forskrift om fakturering av kredittkortgjeld mv.





## Bransjenorm

# MARKEDSFØRING AV KREDITTKORT OG FORBRUKSLÅN

### 1. Innledning

Tilgang på kreditt er et gode for forbruker. Kredittkort og forbrukslån kan være hensiktsmessige produkter for mange forbrukere i og med at forbrukeren får tilgang på kortsiktig kreditt ved behov. Kredittkort er også et trygt betalingsinstrument ved netthandel. For forbrukere med betalingsevne og vilje er regulert usikret kreditt et naturlig finansieringsvalg og produkter som etterspørres. Usikret kreditt gir dessuten regulert tilgang til kredittprodukter for personer som ikke besitter objekter egnet for pantesikkerhet. Kredittkort og forbrukslån inngår derfor som en naturlig del av det samlede produkttilbudet fra finansforetak.

Mange aktører tilbyr kredittkort og forbrukslån til forbruker, og sterk konkurranse er en fordel for kundene. Produktene kan samtidig, som alle andre kredittprodukter, representere utfordringer dersom enkeltpersoner pådrar seg høyere gjeld enn de har økonomi til å håndtere.

Finans Norge og Finansieringsselskapenes Forening er derfor av den oppfatning at det er behov for noen felles retningslinjer for markedsføring av produktene som supplerer gjeldende rett, og som i hovedsak angir hvilke områder næringen forplikter seg til å gå lenger enn gjeldende rett.

Denne bransjestandarden er forpliktende for alle medlemmer i organisasjonene.

### 2. Målsetning

Bransjenormen har som målsetning å bidra til at:

- a) forbrukeren skal være godt kjent med vilkår, avtaleforhold og økonomiske forpliktelser før inngåelse av avtale om kreditt,
- b) forbrukeren ikke anbefales eller motiveres til å inngå avtaler om kreditt som ikke passer forbrukerens finansielle situasjon, og at
- c) markedsføring av forbrukslån og kredittkort ikke er aggressiv og påtrengende.

### 3. Virkeområde og definisjoner

Bransjenormen gjelder markedsføring av kredittkort og forbrukslån mot forbrukere.

Bransjenormen gjelder ikke for markedsføring av pantesikrede kreditter, eksempelvis boliglån.

Med *kredittkort* menes et betalingskort med personlig ansvar med en innvilget kreditttramme og/eller en rett til utsatt betaling.

Med *forbrukslån* menes en kreditt, enten som et utbetalt engangsbeløp eller med en innvilget kreditttramme, som ikke er knyttet opp mot et kredittkort og som ikke er sikret ved tinglyst panterett i et formuesgode. Begrepet omfatter forbrukslån både med og uten avtalt løpetid, herunder nedbetalingslån og rammekreditter.

Forbrukslån og kredittkort kan inngå i objektfinansiering. *Objektfinansiering* utføres av aksessoriske agenter, eksempelvis forhandlere av elektronikk eller hvitevarer, på vegne av finansforetaket på den måten at kunden gis anledning til å finansiere kjøp av kapitalvarer ved delbetaling, utsatt betaling, innvilget kreditttramme eller en kombinasjon av de nevnte mulighetene. Objektfinansiering kan også skje i kombinasjon med avtale om kredittkort.

#### **4. Forholdet til gjeldende regler**

Markedsføring av kredittkort og forbrukslån skal være i samsvar med gjeldende lover, forskrifter og veiledninger; herunder

- finansavtalelovens bestemmelser om opplysningsplikt ved markedsføring av kreditt mv.
- markedsføringslovens bestemmelser om telefonsalg og direkte markedsføring mv.
- lov om angrerett ved fjernsalg og salg utenom faste forretningslokaler (angrerettloven)
- Forbrukerombudets veiledning til finansavtaleloven § 46 – krav til opplysninger ved markedsføring av lån og kreditt
- personopplysningsloven

#### **5. Generelle prinsipper for markedsføring av kredittkort og forbrukslån**

Nedenfor følger en ikke-uttømmende liste over generelle prinsipper finansforetaket skal følge ved markedsføring av kredittkort og forbrukslån:

- Markedsføring skal tydelig merkes.
- Det skal klart fremgå hva slags produkt som markedsføres.
- Markedsføring skal ikke legge opp til at forbruker må ta raske beslutninger eller at forbrukeren oppnår en fordel ved å ta et raskt valg.
- Tilbud, uansett om det er betinget eller ikke, skal ha en varighet som gjør at forbruker får anledning til å vurdere det faktiske tilbudet, og eventuelt innhente andre tilbud.
- Ved bruk av agenter til markedsføring, skal det tydelig fremgå hvilket finansforetak agenten representerer.
- Avslår forbruker et tilbud, skal avslaget respekteres, og vedkommende skal ikke forsøkes overtalt til å inngå avtale.

#### **6. Former for markedsføring**

##### a) Telefonsalg/adressert post

Telefonsalg/adressert post for markedsføring av forbrukslån og kredittkort skal ikke rettes direkte mot forbrukere som har reservert seg i Reservasjonsregisteret.

Ved kjøp av ringe-/adresselister, skal finansforetaket påse at listene er vasket mot Reservasjonsregisteret.

Forbrukere som har avsluttet sitt kundeforhold hos finansforetaket og som er reservert i Reservasjonsregisteret, skal ikke kontaktes i markedsføringsøyemed.

##### b) SMS/e-post mv.

Forbrukslån og kredittkort skal ikke markedsføres ved bruk av elektroniske kommunikasjonsmetoder som tillater individuell kommunikasjon uten forutgående samtykke.

c) Standssalg

Forbrukslån skal ikke markedsføres på standssalg.

Kredittkort kan markedsføres og selges på stand, forutsatt at kunden ikke mottar kredittkortet før tidligst 5 dager etter salget.

d) Generelt

Punkt a) og b) er ikke til hinder for at finansforetaket følger opp både tidligere og eksisterende kunder som har samtykket til dette, slik gjeldende lovgivning tillater.

## **7. Omtale av særskilte elementer i markedsføringstiltak samt særskilte typer markedsføringstiltak**

### **a) Elementer som ikke skal inngå i markedsføringen**

Markedsføring av kreditt skal ikke fokusere på ett eller flere av de følgende elementer:

- hvor hurtig kreditten skal gis eller hvor lett tilgjengelig den er
- fremheve at terskelen for å få innvilget kreditt er særlig lav
- fremheve hvor enkel søkeprosessen er.

Dette hindrer ikke at stegene i prosessen kan beskrives.

### **b) Bruk av konkurranser**

Konkurranser skal ikke benyttes for å markedsføre kredittkort eller forbrukslån mot forbrukere som ikke er kunder av finansforetaket.

Ved bruk av konkurranser i markedsføring overfor forbrukerkunder, skal det for deltakelse ikke stilles krav om at kunden må utnytte hele eller deler av innvilget kredittramme.

### **c) Vervekampanjer**

Det skal ikke benyttes vervekampanjer, dvs. tiltak som innebærer at noen forbrukere gis særskilte fordeler på betingelse av at de bidrar til å skaffe foretaket nye kunder eller til å øke dets utlånsvolum, i markedsføring av kredittkort eller forbrukslån.

### **d) Fordeler**

Inngåelse av kredittavtale må ikke settes som vilkår for å kunne inngå en annen avtale eller for å få en annen vare eller tjeneste til bedre vilkår enn man ellers ville fått.

Slike fordeler kan kun tilbys eksisterende kunder og forbrukeren skal gis tydelig informasjon om at full utnyttelse av en økonomisk fordel forutsetter at utestående kreditt betales ved forfall, slik at det ikke påløper renter.

## **8. Markedsføring av forbrukslån mot aldersgruppen under 25 år**

Markedsføring av forbrukslån skal ikke rettes direkte mot forbrukere i aldersgruppen under 25 år.

Dette innebærer bl.a. at slike produkter ikke skal markedsføres på

- a) fysiske møteplasser eller arrangementer som i hovedsak benyttes av eller er tiltenkt forbrukere i denne aldersgruppen, eksempelvis universitets- og høyskoleområder og studentarrangementer, samt
- b) brukerkonti eller profiler på digitale løsninger/sosiale medier tilhørende person i denne aldersgruppen.

Se også pkt. 5-7 over.

### **9. Presiseringer knyttet til søknadsprosessen**

Forbrukeren skal tidlig i søknadsprosessen gis informasjon om at finansforetaket vil vurdere forbrukerens kredittverdighet før kredittavtalen kan inngås.

Markedsføring av kredittkort og forbrukslån må ikke gi forbrukeren inntrykk av at vedkommende kan få innvilget kreditt uten at det er foretatt en tilstrekkelig vurdering av forbrukerens kredittverdighet og betalingsevne.

Før kredittavtalen inngås skal finansforetaket gi forbrukeren en fyllestgjørende forklaring. Forklaringen skal gjøre forbrukeren egnet til å vurdere om forbrukslånet eller kredittkortet passer til dennes behov og finansielle situasjon. Forklaringen skal omfatte opplysningene som skal gis etter reglene i finansavtaleloven, omtale av kredittavtalens viktigste egenskaper og konsekvenser avtalen kan få for forbrukeren, bl.a. ved mislighold.

Finansforetaket skal aktivt oppfordre forbrukeren til å lese gjennom finansforetakets prisliste. Finansforetaket bør gjøre forbrukeren oppmerksom på fordelene ved å betale ned raskere enn kredittavtalen krever, der dette er mulig. For avtaler om kredittkort skal finansforetaket gjøre forbrukeren særlig oppmerksom på at det vil påløpe renter dersom forbrukeren velger å utsette betaling av utestående saldo.

### **10. Markedsføring gjennom agenter/aksessoriske agenter/affiliates og andre partnere**

a) Finansforetaket har ansvaret for at foretakets agenter, aksessoriske agenter, affiliates, prisportaler og andre partnere som fremmer nysalg av finansforetakets forbrukslån og kredittkort, markedsfører kredittkort og forbrukslån i samsvar med gjeldende rett og med denne bransjenormen.

Dette ansvaret gjelder også i forhold til nettverk av affiliates og underaffiliates av de affiliates som finansforetaket har direkte kontakt med.

Med affiliates menes selskaper som jobber for å selge eller markedsføre produktene mot provisjon av ordreverdi eller annen form for målbar handling.

b) Finansforetaket skal sørge for at denne bransjenormen er del av agentavtalen mellom finansforetaket og agenten/aksessorisk agent, eventuelt en del av kontrakten med affiliates,

prisportaler eller andre partnere. Dette gjelder også dersom agent/affiliates opererer fra utlandet.

c) Ved objektfinansiering skal finansforetaket også sørge for tilfredsstillende opplæring av den aksessoriske agenten.

d) Avtaler med agent/aksessorisk agent/affiliates/prisportaler/partnere skal ha et vilkår om at finansforetaket kan si opp avtalen dersom markedsføring foretas i strid med denne bransjenorm, og finansforetaket skal si opp avtalen dersom pliktene i denne bransjenormen blir vesentlig misligholdt.

#### **11. Revisjon av bransjenormen**

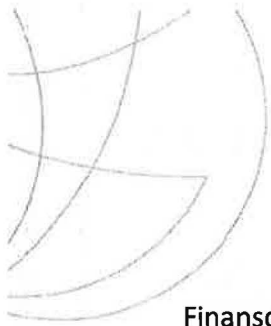
Bransjenormen skal jevnlig gjennomgås og oppdateres.

-----

***Vedtatt i styret i Finansieringsselskapenes Forening 8. februar 2017***

***Vedtatt i Finans Norges bransjestyre bank og kapitalmarked 9. februar 2017***





Finansdepartementet

Vedlegg 2



Sendes inn elektronisk

Dato: 09.01.2016  
Vår ref.: 16-1686  
Deres ref.: 16/2341

## Høringsvar – forslag til forskrift om fakturering av kredittkortgjeld mv.

Det vises til Finansdepartementets høringsbrev av 28.11.2016 vedrørende forslag til forskrift om fakturering av kredittkortgjeld mv.

### 1. Finans Norges hovedsynspunkter

- Finans Norge støtter at bestemmelser om fakturering av kredittkortgjeld blir forskriftsfestet.
- Finans Norge mener at det bør settes minst like strenge krav til kredittvurderinger og betjeningsevne for forbrukslån som for boliglån. Det bør således fastsettes krav til betjeningsevne, avdragsbetaling på forbrukslån unntatt kredittkort og gjeldsgrad, likevel slik at det bør fastsettes en fleksibilitetskvote for bankene.
- Finansforetaket må kunne følge nedbetalingsavtaler og avtaler om betalingsutsettelse som allerede er inngått med kunder.
- Forskriften må åpne for at finansforetaket og kunden – etter sistnevntes aktive og informerte valg og ønske - kan inngå avtaler om et fast beløp, fremfor at kunden må foreta en manuell endring for hver fakturaperiode.

### 2. Finans Norges overordnede merknader

Finans Norge støtter en forskriftsfesting av Finanstilsynets retningslinjer for fakturering av kredittkortgjeld. Vi deler myndighetenes bekymring for veksten i forbruksgjeld, selv om usikret gjeld utgjør om lag tre prosent av samlet gjeld og dermed en beskjeden andel av husholdningenes totale gjeld.

Forskriftsforslaget § 3 inneholder en generell bestemmelse om at finansforetak alltid skal avslå en søknad ved negativ kredittvurdering. For lån sikret med pant i fast eiendom er det nylig forskriftsfestet konkrete krav til blant annet betjeningsevne, avdrag og gjeldsgrad. Finans Norge mener at det bør oppstilles minst like strenge krav til forbrukslån og anbefaler departementet å innta bestemmelser om betjeningsevne, avdrag og gjeldsgrad i

forskriften. I motsatt fall vil man kunne risikere å få en uønsket utvikling i forholdet mellom boliglån og usikret gjeld. De nærmere forslagene omtales under pkt. 4 nedenfor.

### **3. Merknader til den enkelte forskriftsbestemmelse**

#### 3.1 Til § 1 Virkeområde

Bestemmelsen skal bl.a. gjelde for «andre betalingskort knyttet opp mot konto med kredittavtale». Dette begrepet omfatter også innskuddskonto med debetkort og innvilget kreditttramme hvor fakturering av utestående kreditt ikke er en aktuell problemstilling, ettersom kreditten nedbetales ved innbetalinger til konto, typisk lønn. Finans Norge noterer seg at virkeområdet for bestemmelsen har blitt utvidet, likevel slik at utvidelsen ikke har blitt kommentert eller nærmere begrunnet i høringsnotatet.

For denne typen avtaler vil det være særdeles uheldig om det innføres et krav til fakturering av utestående gjeld. Det vil være både upraktisk og uhensiktsmessig, samt i strid med inngåtte kredittavtaler med kundene, om det innføres et krav om fakturering av totalt utestående beløp på slike kontoer. Dersom ordlyden forblir som foreslått, vil det kunne oppstå unødvendige problemstillinger og tolknings spørsmål om blant annet faktureringskravet i § 5 og de tilknyttede kravene til løpende kundeinformasjon i §§ 4 og 6.

Finans Norge kan ikke se at det foreligger et reelt behov for å utvide virkeområdet til å omfatte denne typen produkter, og vi ber derfor om at virkeområdet for bestemmelsen innskrenkes slik at den ikke kredittsaldo på innskuddskonto med debetkort.

#### 3.2 Til § 3 Kredittvurdering og endring i kreditttramme

Finans Norge stiller spørsmål ved om denne bestemmelsen hører hjemme i en forskrift om fakturering av kredittkortgjeld, men er likevel enig i prinsippet om at en økning av kreditttrammer ikke bør finne sted dersom dette ikke er avtalt med kunden.

Vi er kjent med at enkelte av våre medlemmer tilbyr kunder avtaler med muligheter for økning i kreditttrammer uten ny søknad. Finans Norge mener en slik løsning må kunne benyttes under følgende vilkår: kredittavtalen mellom foretaket og kunden regulerer den høyeste mulige rammen, at det foretas en fornyet kredittvurdering basert på oppdatert inntekts- og gjeldsinformasjon før rammen økes og at rammen ikke økes uten etter forutgående skriftlig aksept fra kunden. Vi ber følgelig om en tilføyelse til bestemmelsen.

Departementet foreslår at finansforetaket alltid skal avslå en søknad om kredittkort ved negativ kredittvurdering. Finans Norge har i utgangspunktet ingen innvendinger mot forslaget. Vi ønsker likevel å gjøre departementet oppmerksom på en problemstilling knyttet til innvilgelse av firmakort og som har personvernkonsekvenser. Dersom en søknad om firmakort (i den ansattes navn og med personlig ansvar) avslås fordi kredittvurderingen er



negativ, vil arbeidsgiver bli kjent med den ansattes økonomiske posisjon. Dette er informasjon som i utgangspunktet bør være arbeidsgiver uvedkommende.

### 3.3 Til § 5 Fakturering av utestående kreditt

Etter bestemmelsen skal beløpsfeltet på fakturaen vise samlet utestående kreditt. Finans Norge mener bestemmelsen er utfordrende på noen punkter:

#### *Avtaler om betalingsbeløp*

Finans Norge vil bemerke at denne bestemmelsen ikke kan være til hinder for at finansforetak oppfyller allerede inngåtte avtaler om betalingsbeløp. Finans Norge mener videre at finansforetak fortsatt må kunne inngå denne typen avtaler med kundene med sikte på en systematisk nedbetaling av opparbeidet kredittkortgjeld.

Finans Norge vil i denne sammenheng vise til at slike forhåndsavtaler hovedsakelig inngås i følgende situasjoner:

- *Kunder med betalingsproblemer*  
Finansforetak tilbyr nedbetalingsplaner til kunder som har betalingsproblemer og som uansett ikke klarer å innfri all utestående kreditt innenfor én fakturaperiode. Dersom foretaket skal gi denne kundegruppen et månedlig krav om full innfrielse i strid med nedbetalingsplanen, vil dette kunne gi kunden et uriktig inntrykk av at planen er satt til side. Finans Norge har full forståelse for departementets ønske om å bevisstgjøre kunden om hva som er utestående kreditt, men for utsatte kundegrupper som allerede er i vanskeligheter kan kravet gi uheldige signaler og oppleves som en påkjenning.
- *Kundens ønske om fast betalingsbeløp*  
Bevisste kunder foretar normalt selv en vurdering av hva vedkommende vil betale månedlig. Slike kunder vil anse det tungvint å måtte endre betalingsbeløpet på hver faktura. Finans Norge mener at en regulering som skal ivareta forbrukerhensyn ikke bør gjøre det unødvendig byrdefullt for bevisste forbrukerkunder å gjennomføre de planer de selv har valgt.

Finans Norge mener følgelig at forskriften må åpne for at finansforetaket og kunden – etter sistnevntes aktive og informerte valg - kan inngå avtaler om et fast beløp, fremfor at kunden må foreta en manuell endring av beløpet på fakturaen. Vi vil følgelig foreslå følgende tillegg i § 5:

*«Kunden kan ved et aktivt og informert valg på forhånd fastsette hvilket beløp kunden ønsker å betale per måned for fremtidige fakturaperioder. Finansforetaket skal i så fall innta det avtalte beløpet i beløpsfeltet på fakturaen.»*

Dersom forskriften hindrer at finansforetaket fyller ut det avtalte beløpet i beløpsfeltet på

fakturaen, vil dette medføre utfordringer for bruk av avtalegiro og brevgiro (papirfaktura). Allerede opprettede avtalegiroavtaler må slettes og nye avtaler må inngås. Ved bruk av papirfaktura vil kunder som betaler med brevgiro måtte endre oppført beløp på giroen manuelt ved overstrykning og påføring av nytt beløp dersom de ønsker å betale et annet beløp enn samlet utestående gjeld. Dette kan skape uklarheter rundt betalingsoppdraget. Ved bruk av denne typen betalingsløsninger kan det fremstå som mer hensiktsmessig at samlet gjeld klart fremkommer at fakturaen, fremfor å være forhåndsutfylt i giroens beløpsfelt.

#### *Avtaler om betalingsutsettelse*

Finans Norge vil også bemerke at ordlyden «utestående» i forskriften § 5 gir enkelte utfordringer for kundeavtaler hvor det er avtalt betalingsutsettelse, enten som del av produktet eller som tilleggstjeneste mot et gebyr. I begge situasjoner forfaller betalingen på et senere tidspunkt enn ved utløp av fakturaperioden, og det vil heller ikke påløpe renter. Som følge av at kredittbeløpet må anses som «utestående» kreditt etter § 5, er finansforetaket likevel forpliktet til å fylle ut samlet utestående kreditt på fakturaen. Etter Finans Norges syn vil det være i strid med avtalen med kunden og også med prinsippet om god forretningsskikk å fakturere kunden for et beløp hvor betalingen forfaller på et senere tidspunkt enn ved utløpet av fakturaperioden.

Finans Norge mener følgelig at første setning i § 5 bør gis følgende tillegg:

*«På alle fakturasystem skal beløpsfeltet på fakturaen vise samlet utestående kreditt som vil bli rentebærende dersom kreditten ikke betales ved fakturaens forfall.»*

#### **4. Ytterligere regulering**

I lys av den nylig vedtatte forskriften om krav til nye utlån sikret med pant i bolig, mener Finans Norge at det er naturlig også å gjøre tilsvarende krav gjeldende for forbrukslån.

Konkret innebærer dette at vi foreslår følgende:

- *Krav til avdrag:* Ettersom det er forskriftsfestet krav til avdrag for visse boliglån, så bør det etter vårt syn også være krav om avdrag på alle forbrukslån, dog med unntak for kredittkort utover avtalt minimumsbeløp og for debetkort tilknyttet konto med kreditt. En slik bestemmelse må heller ikke være til hinder for at finansforetaket kan innvilge avdragsutsettelse som følge av etterfølgende, ikke forutsigbare hendelser.
- *Gjeldsgrad:* Ettersom det er forskriftsfestet krav om at samlet gjeld maksimalt kan være 5 ganger inntekt for boliglån, så mener vi at det også bør forskriftsfestes en grense for forholdet mellom samlet gjeld og inntekt ved behandling av søknader om forbruksgjeld.
- *Betjeningssevne:* Ettersom det er forskriftsfestet krav til at kundens betjeningssevne må tåle en renteøkning på minst 5%-poeng for boliglån så bør det også

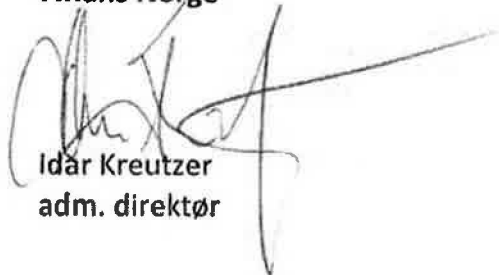
forskriftsfestes det samme kravet til kundens evne til å tåle renteøkninger for usikret kreditt.

- *Fleksibilitetskvote:* På tilsvarende måte som for boliglån så vil det også innenfor forbrukslånsområdet være tilfeller der det både er naturlig og forsvarlig å kunne fravike forskriftens krav. Hensynet til bankenes adgang til å praktisere et godt kreditthåndverk tilsier derfor at det også på forbrukslånsområdet bør være adgang til å praktisere en viss fleksibilitet.

Finans Norge vil avslutningsvis poengtere at kravene, tilsvarende som for vår merknad til de generelle kravene til kredittvurdering i § 3, ikke nødvendigvis må inntas i forskriften som er på høring, men at dette i stedet kan innarbeides i et annet og mer passende regelverk.

Med vennlig hilsen

**Finans Norge**



Idar Kreutzer  
adm. direktør



Are Jansrud  
analysesjef



## **Forskrift om kredittmarkedsføring**

Fastsatt med hjemmel i lov 25. juni 1999 nr. 46 om finansavtaler og finansoppdrag § 46 tredje ledd.

### *§ 1 Urimelig kredittmarkedsføring*

(1) Kredittmarkedsføring må ikke stride mot god markedsføringskikk. Urimelig kredittpraksis er forbudt jf. markedsføringsloven § 6.

(2) Kredittpraksis i strid med denne forskriften skal under enhver omstendighet anses urimelig. Ved vurderingen av hvorvidt annen kredittpraksis også kan anses urimelig har det ingen betydning at en kredittpraksis ikke er omfattet av forskriften.

(3) Rettes kredittpraksis mot fysiske personer som ikke er forbrukere, gjelder første og annet ledd tilsvarende.

### *§ 2 Forbud mot enkelte former kredittmarkedsføring*

**Kredittavtaler skal ikke markedsføres ved dørsalg eller standssalg.**

### *§ 3 Tilgift ved kredittavtaler*

(1) Kredittmarkedsføring skal ikke vise til tilleggsfordel som ytes under forutsetning av at kredittavtale inngås eller at kreditt brukes (kreditttilgift). Forbudet gjelder selv om kreditttilgiften tilfaller andre enn kredittkunden selv.

(2) En fordel som utelukkende gjelder kredittkostnadene eller vilkår for tilbakebetaling anses ikke som kreditttilgift. Det samme gjelder tilleggsfordel som ikke ytes under forutsetning av at kredittavtale inngås eller at kreditt brukes (nøytral tilgift), med mindre det i markedsføringen vises til at tilleggsfordel kan oppnås også slik.

(3) Paragraf har ingen betydning for avtalevilkår om kreditttilgift eller annen tilgift.

### *§ 4 Nøktern informasjon om kredittens tilgjengelighet*

(1) Markedsføring av kreditt skal ikke fremheve hvor

- a) raskt kreditten kan disponeres
- b) raskt svar på forespørsel kan forventes
- c) lav terskelen for å få kreditt er
- d) enkel søknadsprosessen er, eller
- e) lett tilgjengelig kreditten er på annet vis

(2) Første ledd bokstav b gjelder likevel ikke kreditt til boligformål (boliglån).

(3) Uten å komme i strid med første ledd kan kredittmarkedsføringen opplyse om forutsetninger, tilgjengelighet, søknadsprosess og behandlingstid i tilknytning til et kreditttilbud,

såfremt opplysningene ikke gis en mer fremtredende plass eller eksponering enn opplysninger som skal inngå i kredittmarkedsføringen etter finansavtaleloven § 46 første eller annet ledd.

#### *§ 5 Ikraftsetting og overgangsregler*

Forskriften trer i kraft 1. januar 2018. Departement kan fastsette nærmere overgangsregler.