

Forbrukerombudet

Forbrukerrådet

Kredittilsynet

BARNE-OG LIKESTILLINGSDEP.
Arkivkode: 664
Dato: 13/6-06
Saksnr: 200602/75 -003

Barne- og likestillingsdepartementet

Oslo, 9. juni 2006

FINANSPORTALEN.NO – BEDRE INFORMASJON TIL FORBRUKERNE

1. Bakgrunn

Siden 2003 har Kredittilsynet, Forbrukerombudet og Forbrukerrådet hatt et løpende samarbeid knyttet til sluttbrukerperspektivet i finansmarkedet. I første omgang gjennomførte de tre samarbeidspartene en kartlegging av informasjonstilbudet til sluttbrukerne i finansmarkedet og fremmet flere forslag til tiltak, jf. rapporten Tiltak for å bedre informasjonstilbudet til sluttbrukerne i finansmarkedet, august 2004. Rapporten følger vedlagt.

Det er en felles forståelse mellom de tre samarbeidspartene av behovet for å tilrettelegge for bedre informasjon til privatkunder i finansmarkedet. Ikke-profesjonelle aktører må i økende grad skaffe seg kunnskap om og forståelse for produkter og tjenester mv. for å kunne ivareta sine interesser i dette markedet. De to tilsynsorganisasjonene og Forbrukerrådet som interesseorganisasjon vil bidra til å tilrettelegge for dette.

Ett sentralt tiltak, som ble foreslått av kartleggingsgruppen, har vært å vurdere behovet for en Internett-basert informasjonsportal for finanssektoren, og i tilfellet hvordan en slik portal kan tenkes etablert. En ny felles arbeidsgruppe som har vurdert dette har nylig levert sin sluttrapport til de tre organisasjonene (Finansportalen.no - bedre informasjon til forbrukerne. Beslutningsgrunnlag for videre utvikling).

Det konkluderes med at det er behov for en uavhengig informasjonskanal, Finansportalen.no, rettet mot privatkunder i finansmarkedet.

I rapporten foreslås det også hvordan en slik portal kan realiseres. I tillegg er enkelte problemstillinger utdypet og konkretisert i dette brevet. Dette gjelder blant annet et estimat av kostnader ved etablering og drift av en slik informasjonsportal. Rapporten oversendes med dette til Finansdepartementet og Barne- og likestillingsdepartementet for oppfølging. De to departementene anmodes om å ta stilling til spørsmålet om opprettelse av en slik informasjonsportal.

2. Hva oppnår man med en finansportal?

Målet med opprettelsen av en bredt anlagt finansportal er gjennom informasjon og sammenlignbare data å gjøre sluttbrukerne i finansmarkedet bedre i stand til å ta riktige kjøpsbeslutninger når det gjelder finansielle produkter og tjenester.

Det er i dag ikke tilgangen på informasjon i seg selv som er problemet. Utfordringen for forbrukeren ligger i å orientere seg i et marked med stadig flere og mer kompliserte produkter og tjenester, samt å velge ut relevant informasjon. I praksis betyr dette at den gjennomsnittlige forbruker må bruke mye tid og krefter på å sammenligne tilbydernes produkter og vilkår fra en rekke ulike kilder.

En informasjonsportal med en samlet oversikt over finansielle tjenester og produkter kan gi et vesentlig bidrag til at forbrukerne får pålitelig og sammenlignbar informasjon om vilkår og priser på en enkel og tilgjengelig måte. Et viktig element for at konkurransesituasjonen i finansmarkedet skal kunne fungere er at forbrukerne må kunne benytte både den totale informasjonsmengden og informasjonen om enkeltprodukter til å bli effektive etterspørreere. Dersom det opprettes en finansportal som gir oversikt over informasjon og data på et strukturert vis, korrekt og med mulighet for å sammenlikne produkters vilkår og pris, vil forbrukerne bli mer aktive i finansmarkedet og være bedre rustet til å ta riktige avgjørelser som kjøpere og investorer. På denne måten er forbrukerne med på å sikre konkurransen i finansmarkedet, noe som er samfunnsøkonomisk lønnsomt.

Den noe fragmenterte informasjonen som i dag finnes om finansielle produkter og tjenester på markedet, er stort sett drevet av kommersielle aktører og preget av deres ståsted. For å sikre uavhengighet av kommersielle interesser, at tilbudet opprettholdes på permanent basis og at dataene som presenteres er pålitelige og gratis tilgjengelige for alle, bør en finansportal ha en forankring til det offentlige. Det at ansvaret for en slik portal er et offentlig anliggende kan også være i finansinstitusjonenes interesse, da dette sikrer objektivitet og kommersiell nøytralitet. De tre samarbeidspartene mener at det samtidig er ønskelig og mulig å etablere et nært samarbeid med berørte bransjer og organisasjoner om utvikling og drift av portalen.

3. Argumenter for en informasjonsportal for sluttbrukerne i finansmarkedet

- Dårlig kunnskap om finansielle produkter

Det er etter hvert en generell oppfatning at kunnskapen om finansielle tjenester og produkter hos den jevne forbruker i Norge er for dårlig. Det er ikke gjort mange undersøkelser av dette i Norge, men de som er gjennomført viser nedslående resultater. I 2002 offentliggjorde konsultantselskapet Accenture resultatene av en undersøkelse av nordmenns kjennskap til ulike spare- og investeringsprodukter. Undersøkelsen dreide seg om å finne ut hvilke av ti påstander om ulike produkter som enten var riktige eller feil. Undersøkelsen som ble gjennomført blant et representativt utvalg av befolkningen viste at bare én av de spurte svarte rett på alle spørsmålene. Kun 10 prosent svarte rett på mer enn halvparten av påstandene. Mer enn 70

prosent svarte "vet ikke" på minst halvparten av påstandene, og en av fem svarte "vet ikke" på alle påstandene.

Tilsvarende viste en spørreundersøkelse TNS Gallup gjennomførte i april 2004 for Forbrukerrådet knyttet til mobilitetsbarrierer i banknæringen at informasjon om de ulike tilbudene i bankmarkedet var vanskelig tilgjengelig, og at dette representerte en betydelig mobilitetsbarriere for kundene i bankmarkedet (både når det gjaldt å finne aktuell informasjon og å sammenligne denne).

- Økende antall kompliserte produkter

Det har etter hvert blitt stadig vanskeligere å forholde seg til et økende antall finansielle tjenester og produkter. Produktene blir også mer komplekse, og selv eksperter har problemer med å forstå noen av de mest kompliserte.

- Fragmentarisk informasjon – arbeidskrevende å innhente

Informasjon om produktene og tjenestene fås i første rekke fra de kommersielle tilbyderne eller fra massemedier og nettsteder som bringer oversikter over et utvalg av produktene (eksempelvis boliglånsrenter). Informasjonen er imidlertid fragmentarisk og tidkrevende å samle og sammenstille for forbrukeren.

- Ikke objektiv og uavhengig informasjon

Tilgjengelig informasjon er i sin helhet kommersielt basert, og en har som forbruker ikke den trygghet det representerer at informasjonen kommer fra en uavhengig og frittstående kilde. Fra foretakene selv inngår informasjonen i en markedsførings- og salgssituasjon, der også selgeren i noen tilfelle vil anbefale spesielle produkter framfor andre på bakgrunn av incentiver knyttet til salg av bestemte produkter mv.

- Mediene er selektive

Den informasjonen som mediene bringer er ofte ikke fullstendig, og den omfatter som regel bare ett produktområde av gangen, for eksempel boliglån.

- Ingen tilbyr informasjon samlet på ett sted

Skal man sammenlikne priser, må det innhentes informasjon fra et større antall aktører i form av tilbydere, medier eller nettsteder – ingen tilbyr i dag informasjonen samlet på ett sted. Ofte er heller ikke informasjonen strukturert eller presentert på en slik måte at den lar seg sammenlikne.

- Ingen samlet oversikt over forsikringsprodukter

På forsikringsområdet mangler det fullstendig et samlet tilbud med mulighet for å sammenlikne premier, vilkår mv.

- Bare en statlig forankring sikrer genuin uavhengighet og framtidig drift

En informasjonsportal med statlig forankring er den eneste som kan sies å ha et genuint uavhengig ståsted, og den eneste som kan garanteres en eksistens så lenge det er behov for den. Betydningen av det uavhengige ståstedet er understreket som vesentlig av så vel andre finanstilsyn som driver utstrakt konsumentinformasjon og -opplæring (eksempelvis det irske og det engelske finanstilsynet) som norske, statlige tilsyn som har etablert

informasjonsportaler på sine ansvarsområder (Konkurransetilsynets kraftprisportal og Post- og teleilsynets teleprisportal).

- Kostnadseffektiv kanal

En nettløsning er en kostnadseffektiv kanal sammenliknet med tidligere alternativer, som papirbasert informasjon med postal distribusjon, tradisjonelle opplysningskontorer mv. En nettløsning er lett tilgjengelig, og vil også fungere som en ressurs i de tilfeller hvor brukeren selv ikke kan benytte tjenesten direkte. Portalen vil for eksempel kunne være utgangspunkt for rådgiving, enten dette er overfor ressurssterke eller mindre ressurssterke forbrukere.

- Eksisterende tilbud kan ikke kreve informasjon innrapportert

Det forutsettes at det fastsettes hjemler for at det kan kreves innrapportert data til portalen fra foretak i finanssektoren. Dette vil gi en offentlig eid og drevet portal en kvalitet som eksisterende kommersielle aktører ikke kan oppnå.

- En autoritativ kilde for informasjon

Med en komplett løsning for informasjon fra ulike deler av finanssektoren vil data kunne gjenbrukes i stor grad. Ikke minst, vil media og andre aktører som har behov for denne typen informasjon her få en kilde for å hente inn rådata som kan benyttes også i deres virksomhet. Kvaliteten på dataene vil etter alt å dømme bli bedre enn i dag, og portalen vil etter hvert kunne framstå som den autoritative kilden for informasjon om finansielle produkter og tjenester.

- Godt informerte forbrukere som tar velinformerte valg bidrar til velfungerende markeder

Det er en forutsetning for at konkurransen i et marked skal fungere at priser og produkttegenskaper framstår som klare både for kjøper og selger. Informasjonstiltak som gjør forbrukerne bedre i stand til å fatte velinformerte beslutninger vil følgelig også bidra til et velfungerende marked

4. Argumenter mot en informasjonsportal for sluttbrukerne i finansmarkedet

- Informasjonen fins allerede

Ved aktiv søking etter informasjon vil man kunne finne all den informasjon som tenkes lagt inn i en finansportal.

- Foretakene gir nok informasjon

Foretakene er underlagt til dels strenge krav til hvilken informasjon de skal gi til forbrukerne og bruker allerede store ressurser på markedsføring og informasjon.

- Liten merverdi

En finansportal gir liten merverdi i forhold til kostnadene.

- Ikke en offentlig oppgave

Det kan stilles spørsmål ved om det er en offentlig oppgave å informere forbrukerne om tilbud fra private aktører.

5. Bruk og brukerbehov – erfaringer fra andre informasjonsportaler

Erfaringer fra andre informasjonsportaler og nettsteder i Norge som også henvender seg til forbrukersegmentet, viser at denne typen informasjonstilbud har fått en god mottakelse og viser stigende besøkstall over tid.

Løsningene til Konkurransetilsynet (kraftpriser) og Post- og teletilsynet (telepriser) hadde hver over en halv million unike besøkende i 2005. Det er grunn til å tro at en løsning som tar for seg finansielle produkter og tjenester minst vil oppnå lignende besøkstall. Indirekte vil også mange brukere nås gjennom redaksjonelle oppslag basert på rådata fra finansportalen.

Erfaringer fra land som Sverige og Danmark viser et klart definert brukerbehov - fra informasjon om enkle dagligbanktjenester til mer avanserte forsikringsløsninger med mulighet til å sammenligne vilkår og premier. De to svenske organisasjonene Konsumenternas bank- och finansbyrå og Konsumenternas försäkringsbyrå hadde henholdsvis over 200.000 og 300.000 unike besøkende på sine nettsteder i 2004. I Danmark hevdet den private aktøren MyBanker (bank- og finansinformasjon) å kunne dokumentere 1.5 millioner besøkende i løpet av 2004, og den bransjedrevne ForsikringsLuppen (vilkårs- og prissammenligning på forsikringsområdet) hadde 150.000 unike besøkende (2004).

Erfaringene fra disse landene gjør at det er grunn til å tro at liknende brukerbehov også finnes i Norge.

6. Innhold og omfang

Finansportalen.no skal tilby både faktaopplysninger (priser, vilkår) og annen redaksjonell informasjon (artikler, nyhetssaker mv.) til brukere som har behov for å tilegne seg kunnskap om finansielle produkter. Portalens mål er å stille informasjon til rådighet slik at forbrukerne kan skaffe seg et kvalifisert grunnlag for sine finansielle disposisjoner og kjøpsbeslutninger. Det er nødvendig at portalen formidler informasjon om et bredt spekter av finansielle tema og produkter.

Portalen bør minimum omfatte følgende ved lansering:

Lån, kreditt og dagligbanktjenester

- Gebyrsammenligninger brukskonto
- Boliglånsrenter
- Totalbankkonsepter

Forsikring

- Hus- og innboforsikring
- Reiseforsikring
- Bilforsikring

Sparing

- Høyrentekontoer bank
- Verdipapirfond

Det finnes i dag, så vidt kjent, ikke tilgjengelig sammenligningsinformasjon om norske forsikringsprodukter på Internett. Det er derfor særlig viktig at denne produkttypen blir representert innledningsvis i en finansportal.

Brukerne vil ha ulike behov og ulike ståsteder. De vil befinne seg i forskjellige livsfaser, ha ulike økonomiske forutsetninger og varierende grad av forhåndskunnskap. Videre vil brukerne variere hva angår måten den enkelte foretrekker å tilegne seg informasjon på. Noen ønsker kortfattet og raskt tilgjengelig informasjon, mens andre gjerne vil ha artikler som går mer i dybden.

Det vil ikke være naturlig at portalen tilbyr rådgiving. Behovene for forbrukertips og konkrete råd vil trolig kunne dekkes av media og profesjonelle finansielle rådgivere, og portalen vil kunne være en indirekte leverandør ved at den stiller kvalitetssikrede rådata tilgjengelig for redaksjons- og rådgivingsmiljøer. Portalen må være nøytral i den forstand at den ikke skal gi forbrukerne konkrete anbefalinger, og ikke formidle informasjon som framhever én eller flere leverandører framfor konkurrentene. Imidlertid bør portalen kunne advare mot useriøse leverandører og markedsaktører.

7. Forskriftsfestet opplysnings- og rapporteringsplikt

Det bør forskriftsfestes en opplysnings- og rapporteringsplikt for markedsaktørene til portalen. Forskriften bør også fastsette i hvilken grad opplysningene skal være tilgjengelige i elektronisk form. Når det gjelder opplysningsplikt om endringer i forsikringsvilkår, bør dette forankres i en avtale med bransjeorganisasjon eller de enkelte selskaper.

8. Suksesskriterier for en finansportal i Norge

Følgende suksesskriterier for innhold, utvikling, lansering og drift peker seg ut dersom en finansportal skal opprettes i Norge:

- Sluttbrukerne i finansmarkedet primærmålgruppen
- Bredt omfang av finansielle produkter og tjenester
- Uavhengighet til bransjen
- Forskriftsfestet opplysnings- og rapporteringsplikt
- Solid kompetanse om finansielle produkter og tjenester
- Råstoffleverandør til media og andre interesserte aktører
- Brukervennlig nettløsning
- Grundig utviklingsfase
- Veldefinerte parameterdata
- Enkel drift
- Stabil finansiering
- Bred markedsføring ved lansering
- Jevnlige brukerundersøkelser

Suksesskriteriene er nærmere beskrevet i vedlegg 1.

9. Organisatorisk, driftsmessig og styringsmessig ansvar

Det organisatoriske, driftsmessige og styringsmessige ansvaret for Finansportalen.no foreslås lagt til en egen organisatorisk enhet, som kan organiseres for eksempel som en stiftelse. Stiftelsen opprettes av de tre samarbeidspartene Kredittilsynet, Forbrukerombudet og Forbrukerrådet i samarbeid med de berørte bransjeorganisasjoner. Det forutsettes at de offentlige virksomhetene samlet har stemmeflertall i styret. Vedtektene fastsettes ved opprettelsen av stiftelsen og regulerer hvilke institusjoner og organisasjoner som skal utnevne medlemmer til styret. Det etableres et interimstyre for utarbeidelse av vedtekter og andre forberedelser. Styret utarbeider retningslinjer for driften, vedtar budsjett og utviklingsplaner. Styret vil også være ansvarlig for å ansette daglig leder.

Til støtte for drift og utvikling av finansportalen, utnevner styret et redaksjonsråd bestående av faglige kompetanseressurser innen finansielle produkter, kommunikasjon og IKT.

10. Ansvar for kvalitetssikring

Ansvaret for informasjonskvalitet og -konsistens for opplysningene som formidles til publikum vil tilligge portalens ansvarlige redaktør (daglig leder). Det må være en forutsetning at opplysningene som sendes inn fra produkttilbyderne kvalitets- og konsistensvurderes.

Det er ventet at tilbyderne selv vil se at det er i egen interesse å stille korrekte data til rådighet for en informasjonsportal. Det kan innebære stor renommérisiko å ikke bidra med korrekt informasjon. Markedsaktørene vil også måtte forholde seg til internjustis, og man kan forvente at konkurrentene vil overvåke hverandres informasjonskvalitet.

Hensynet til tillit, uavhengighet og langsiktighet taler for et offentlig eierskap. Ved at hovedtyngden av utgiftene til utvikling og drift bæres av det offentlige, sikres nøytralitet og en god styringsbasis. Vi understreker at alle tre samarbeidspartene er forberedt på å medvirke aktivt også i den videre prosessen, og bidra til høy faglig kvalitet.

11. Drift og vedlikehold av en informasjonsportal

Hvordan opplysningene i portalen konkret skal vedlikeholdes vil være et av de viktigste spørsmålene å ta stilling til i en prosjektfase. Det finnes i hovedsak fire ulike metoder:

1. Portalens redaksjon henter inn opplysninger fra markedsaktørene.
2. Markedsaktørene vedlikeholder egne data.
3. Markedsaktørene rapporterer inn data som kontrolleres av portalens redaksjon.
4. Det opprettes automatisk overføring av data fra markedsaktørene og inn til informasjonsportalen.

Det har vært studert eksempler på alle fire former:

- Nettstedet Mybanker.dk i Danmark sjekker alle opplysninger som hentes inn.
- Erfaringen fra informasjonstilbydere som har gitt markedsaktørene adgang til selv å vedlikeholde prisinformasjon er at de i svært liten grad har benyttet seg av denne muligheten.
- Telepriser.no og Konkurransetilsynets kraftdatabase er basert på rapporteringsplikt fra aktørene.
- I den danske ForsikringsLuppen benyttes en løsning der prisinformasjon på forespørsel fra publikum hentes direkte fra forsikringsselskapenes egne databaser.

Det vil være ønskelig at oppdatering av informasjon i portalen i størst mulig grad automatiseres. Dette betinger samarbeid med markedsaktørene og at man sammen ser på hvilke muligheter deres datasystemer har eller kan få hva angår datafangst. Som grunnprinsipper må det legges opp til at elektroniske data som alt finnes må gjenbrukes, og at unødvendige rapporteringspålegg må unngås. Det bør eventuelt undersøkes om det er hensiktsmessig at data innrapporteres via Altinn.

Målsettingen bør være at markedsaktørene ser at innrapportering vil være i deres egen interesse.

12. Standarder og definisjoner av opplysninger

Det er et viktig element i utviklingen av løsningen at det arbeides mye med parameterutvikling. Det må utvikles konkrete definisjoner og maler for hvordan informasjon om enkeltprodukter skal framkomme. Dette er en forutsetning for at informasjon fra ulike tilbydere skal kunne sammenlignes, og for at informasjonen skal holde samme kvalitet over tid.

I dialogmøtet arbeidsgruppen hadde med bransjeorganisasjonene 11. oktober 2005 (jf. vedlegg til rapporten Finansportalen.no - bedre informasjon til forbrukerne. Beslutningsgrunnlag for videre utvikling), framhevet også bransjen at det i arbeidet med parameterutviklingen må arbeides med å forenkle informasjonen som i dag er tilgjengelig om de ulike produktene, slik at forbrukerne kan tilbys relevant og vesentlig informasjon tilrettelagt for nettmediet.

Å utvikle og fastsette slike standarder (definisjoner og maler) krever inngående produkt- og bransjekunnskap. Arbeidet bør forankres i en gruppe der deltakerne vil være uavhengige personer med kompetanse innen produktområdet, og representanter for tilbyderne - for eksempel oppnevnt av relevante bransjeorganisasjoner.

I tiden framover vil EU legge mer vekt på forbrukerrettede tiltak og integrasjon i personkundemarkedet.

13. Finansiering

Det foreslås at stiftelsen (etablering, utvikling og drift av portalen) i hovedsak finansieres gjennom bevilgninger over statsbudsjettet.

14. Oppstarts-/etableringskostnader

Uavhengig av organiseringsform vil det være oppstartskostnader knyttet til etablering av portalvirksomheten. I dette innspillet forutsetter vi at stiftelsesformen velges. I en oppstartsperiode vil det være hensiktsmessig om arbeidet styres av et interimstyre for stiftelsen, eller en styringsgruppe for et innledende prosjekt som har som sitt første mål å etablere stiftelsen.

Ettersom ingen av de samarbeidende virksomhetene har disponible ressurser av noe slag med tanke på etablering av denne virksomheten, er et estimat av alle kostnader spesifisert i vedlegg 3 (*Estimat for etablering og drift av finansportalen.no*). Det er skilt mellom kostnader bundet opp i 1) portalvirksomheten som sådan (delt i en etableringsfase og en driftsfase) og i 2) tekniske utviklingskostnader/ekstern konsulentbistand (også delt i en utviklingsfase og en driftsfase).

Det forutsettes i de vedlagte estimatene at stiftelsens egen organisasjon bemannes med den nødvendige kompetanse for å ivareta den *innholdsmessige* utvikling i utviklingsfasen (11 årsverk over ca. 2 år) og tilsvarende for driftsfasen (4-6 årsverk, der det maksimale antall er lagt til grunn i anslaget). Dette innebærer bruk av tidsbegrensede engasjementer i utviklingsfasen. Den tekniske utviklingskompetansen forutsettes i estimatene i all hovedsak kjøpt inn som konsulenttjenester (også delt i en utviklingsfase og en driftsfase). Kostnadsestimatene er delt inn budsjettårene 2007, 2008 og 2009. Det er i estimatene ikke tatt hensyn til sosiale kostnader og generell lønns- og prisstigning.

Dersom virksomheten samlokaliseres og eventuelt også samordnes med eksisterende virksomhet, kan det oppnås besparelser.

Hovedutfordringen i prosjektet vil være å definere hvilke sammenligningskriterier som kan/skal benyttes for de enkelte produkter og produktområder, og om disse skal være like for alle aktører eller avvike. Stiftelsen må ta ansvar for kommunikasjon med alle aktørene og samle eksempler på all informasjon som skal være tilgjengelig i databasen. De krevende oppgavene vil medføre behov for høyt kvalifisert personale med spisskompetanse innen finansielle produkter, IKT-løsninger og kommunikasjon. Slik kompetanse medfører relativt høye personalkostnader, men denne typen kunnskap er kritisk for en vellykket etablering av informasjonsportalen, og må derfor tas høyde for.

Som ved alle andre IKT-rettede utviklingsprosjekter er det imidlertid knyttet usikkerhet til estimatene ettersom disse ikke bygger på utarbeidede kravspesifikasjoner, men anslag av omfang mv.

15. Anbefaling

På dette grunnlag anmodes det om at departementene tar stilling til spørsmålet om og eventuelt når det skal opprettes en informasjonsportal slik anbefalt i dette brevet.

Det forutsettes at det er departementene som sørger for at en nødvendig høringsrunde før en eventuell etablering finner sted.

Likelydende brev er sendt til Finansdepartementet.

Vennlig hilsen


Direktør i Kredittilsynet
Bjørn Skogstad Aamo


Forbrukerombud
Bjørn Erik Thon


Direktør i Forbrukerrådet
Erik Lund-Isaksen

Vedlegg:

1. *Suksesskriterier for en finansportal i Norge*
2. *Konseptskisse for finansportalen.no*
3. *Estimat for etablering og drift av finansportalen.no*
4. *Tiltak for å bedre informasjonstilbudet til sluttbrukerne i finansmarkedet* (Rapport fra en arbeidsgruppe nedsatt av Forbrukerrådet, Forbrukerombudet og Kredittilsynet, august 2004)
5. *Finansportalen.no - bedre informasjon til forbrukerne. Beslutningsgrunnlag for videre utvikling* (Rapport fra en arbeidsgruppe nedsatt av Forbrukerrådet, Forbrukerombudet og Kredittilsynet, februar 2006).