



FORBRUKERRÅDET

Finansportalen.no

- bedre informasjon til forbrukerne

Beslutningsgrunnlag for videre utvikling

Rapport fra en arbeidsgruppe nedsatt av Forbrukerrådet,
Forbrukerombudet og Kredittilsynet.

15. FEBRUAR 2006

INNHOOLD

Sammendrag og anbefalinger	5
Sammendrag	5
Anbefalinger	5
I Innledning	5
1.1 Bakgrunn	5
1.2 Mandat	6
1.3 Arbeidsgruppens sammensetning	6
1.4 Arbeidsform	7
2 Erfaringer fra andre informasjonsportaler	8
2.1 Norge	8
2.1.1 Verdipapirfondenes Forening, www.vff.no	8
2.1.2 Dine Penger, www.dinepenger.no	9
2.1.3 DinSide, www.dinside.no	10
2.1.4 Matportalen, www.matportalen.no	10
2.1.5 Kraftpriser, www.konkurransetilsynet.no/kraftpriser	11
2.1.6 Telepriser, www.telepriser.no	11
2.2 Sverige	12
2.2.1 Konsumenternas bank- og finansbyrå	12
2.2.2 Konsumenternas Försäkringsbyrå	12
2.3 Danmark	13
2.3.1 ForsikringsLuppen	13
2.3.2 Mybanker.dk	13
2.3.3 Pengepriser.dk	14
2.4 Storbritannia	15
2.4.1 The Financial Services Authority (FSA)	15
2.5 Kort oppsummering	15
3 Skal en finansportal opprettes?	16
3.1 Argumenter mot	16
3.2 Argumenter for	16
4 Viktige kriterier for en finansportal	17
5 Omfang	19
5.1 Lån, kreditt og dagligbanktjenester	19
5.2 Forsikring	19
5.3 Sparing	21
5.4 Produktpakker	22
5.5 Omfang – hele eller deler av næringen?	22
5.5.1 Deler av næringen – fordeler og ulemper	22
5.5.2 Hele næringen – fordeler og ulemper	23
5.6 Konklusjon	24
6 Eierskap og driftsansvar	25
6.1 Eierskap	25
6.1.1 Kredittilsynet, Forbrukerombudet og/eller Forbrukerrådet	25
6.1.2 Bransjeeid informasjonsportal	26
6.1.3 Samarbeid – anbefalt løsning	27
6.2 Driftsansvar	27
6.2.1 Anbefalt modell	27
6.3 Konklusjon	28

7 Finansiering	28
7.1 Finansieringsbehov.....	28
7.1.1 Utvikling.....	28
7.1.2 Konklusjon.....	29
7.1.3 Drift.....	29
7.1.4 Konklusjon.....	29
7.2 Finansieringskilder.....	29
7.2.1 Utvikling.....	30
7.2.2 Konklusjon.....	31
7.2.3 Drift.....	31
7.2.4 Konklusjon.....	32
8 Tilknytningsform, rapporteringsplikt og regelendringer	32
8.1 Markedsføringsloven § 3a og konkurranseloven § 4-1.....	32
8.2 Markedsføringsloven § 15 og Kredittilsynsloven § 3.....	33
8.3 Avtale med bransjeorganisasjonene.....	33
8.4 Behov for opplysninger i elektronisk form.....	33
8.5 Konklusjon.....	34
9 Anbefalinger	34
9.1 Omfang.....	34
9.2 Eierskap og driftsansvar.....	34
9.2.1 Eierskap.....	34
9.2.2 Driftsansvar.....	34
9.3 Finansiering.....	34
9.3.1 Finansieringsbehov.....	34
9.3.2 Finansieringskilder.....	35
9.4 Tilknytningsform, rapporteringsplikt og regelendringer.....	35
Vedlegg	35

SAMMENDRAG OG ANBEFALINGER

SAMMENDRAG

Arbeidsgruppens mandat (gjengitt i kapittel 1) er utformet på grunnlag av rapporten "Informasjonstilbudet til sluttbrukerne i finansmarkedet" (2004). Rapporten ble utarbeidet av en arbeidsgruppe med medlemmer fra Forbrukerrådet, Forbrukerombudet og Kredittilsynet, og ble ledet av Kredittilsynets informasjonssjef Kjetil Karsrud. Et av tiltakene arbeidsgruppen foreslo, var at det skulle utredes nærmere om, og i tilfelle hvordan, en informasjonsdatabase/-portal for finansielle produkter kan etableres.

I rapporten fra 2004 skisseres en informasjonsløsning som samler, sammenstiller og sammenligner informasjon om ulike produkter og tjenester på finans- og forsikringsmarkedet. Portalen er tenkt å bli en god, pålitelig og uavhengig leverandør av informasjon til sluttbrukere av finansielle produkter.

Rapporten som her foreligger skal gi et beslutningsgrunnlag for om og i så fall hvordan en informasjonsportal for finansielle produkter og tjenester kan etableres i Norge.

Studier av informasjonstilbud på Internett rettet mot sluttbrukere i Norge, Danmark, Sverige, og Storbritannia har gitt verdifulle innspill til hvordan informasjonstilbudet til sluttbrukerne kan utformes, finansieres og organiseres (kapittel 2).

Et sentralt aspekt ved arbeidsgruppens mandat er å vurdere om en finansportal bør opprettes. I kapittel 3 gjennomgås ulike argumenter for og i mot opprettelsen av en offentlig finansportal.

Arbeidsgruppen har på grunnlag av erfaringene fra informasjonsportalene og nettstedene utledet et sett med kriterier som bør oppfylles for å sikre en vellykket implementering av en finansportal for sluttbrukere i Norge (kapittel 4). Blant annet vektlegges betydningen av å gi sluttbrukerne ett nettsted for alle typer finansielle produkter og viktigheten av å sikre en eventuell finansportal tilstrekkelige økonomiske og kompetansemessige ressurser.

Det anbefales at portalen både skal tilby kvantitativ informasjon (prissammenligninger mv.) og kvalitativ informasjon (ulike typer produkter og vurderingskriterier). Produktene som er aktuelle for en finansportal deles inn i de tre hovedgruppene lån, kreditt og dagligbank, forsikring og sparing

(kapittel 5). Her drøftes omfanget av portalen, herunder om hele eller kun utvalgte deler av næringen bør være representert.

Det foreligger ulike alternativer for eierskap og driftsansvar for en finansportal (kapittel 6). Ut fra en samlet vurdering anbefaler arbeidsgruppen at det opprettes en selvstendig enhet, for eksempel en stiftelse med formål å utvikle og drifte en finansportal.

Ulike muligheter for finansiering er nærmere beskrevet i kapittel 7, og arbeidsgruppen ser for seg at ulike kombinasjoner av bidragsytere er tenkelig.

En finansportal er avhengig av god tilgang på grunndata fra de ulike tilbyderne av finansielle produkter. I kapittel 8 drøftes grunnlaget for innhenting av slike data fra bransjeaktørene, herunder hjemler.

ANBEFALINGER

Arbeidsgruppen anbefaler at det opprettes en felles finansportal for hele finansnæringen som i hovedsak finansieres av det offentlige.

Nærmere drøfting av omfang, eierskap, driftsansvar, finansiering og tilknytningsform (rapporteringsplikt) for en slik finansportal er gitt i kapitlene 5-8, med en oppsummering i kapittel 9.

1 INNLEDNING

Dette kapitlet gir en gjennomgang av bakgrunnen for arbeidsgruppen, samt mandat, sammensettning og arbeid.

1.1 BAKGRUNN

På stadig flere områder framstår markedet som den viktigste reguleringsmekanismen. Dette stiller forbrukerne overfor store utfordringer når det gjelder å tilegne seg informasjon om ulike markedsaktørers produkter og tjenester. Hovedproblemet i dag er imidlertid ikke mangel på informasjon. Det er i stadig økende grad behov for tilbud som kan samle, sammenstille og sammenligne informasjon. På flere markedsområder er det allerede tatt initiativ til å bedre informasjonstilbudet til forbrukerne, og det er naturlig at dette også skjer for markedet for finansielle produkter og tjenester.

Som et resultat av denne utviklingen ble det i kontaktmøte 4. mars 2003 mellom Kredittilsynet, Forbrukerombudet og Forbrukerrådet nedsatt en arbeidsgruppe med mandat til å kartlegge status og utrede hva som kan gjøres for å bedre informasjonen til sluttbrukerne i finansmarkedet. Arbeidsgruppen, som ble ledet av informasjonssjef Kjetil Karsrud i Kredittilsynet, la 18. august 2004 fram rapporten "Informasjonstilbudet til sluttbrukere i finansmarkedet".

En av de konkrete anbefalingene i rapporten fra 2004 var å sette ned en arbeidsgruppe for å utrede om og i så fall hvordan en sentral informasjonsdatabase for finanspriser kan etableres. En slik gruppe ble så besluttet opprettet. Foreliggende rapport er et resultat av denne arbeidsgruppens arbeid.

1.2 MANDAT

Arbeidsgruppen ble gitt følgende mandat:

Arbeidsgruppen har som mandat å utrede om og i så fall hvordan en informasjonsportal for finansielle tjenester kan etableres i Norge. Utgangspunktet for utredningen skal være det arbeid som tidligere er gjort knyttet til "Tiltak for å bedre informasjonstilbudet til sluttbrukere i finansmarkedet", ref. den arbeidsgruppens rapport av 18. august 2004, kapittel 3. Det skal legges vekt på at finansportalen skal samle og strukturere produktinformasjon slik at det skal bli mer oversiktlig og lettere for forbrukerne å sammenligne produkter og priser knyttet til ulike finansielle tjenester.

For å sikre at de nødvendige vurderinger og grunnleggende beslutninger knyttet til etablering av portalen er tatt før portalens tekniske kravspesifikasjon utarbeides, skal utredningen gjennomføres i to steg. Det skal foretas separat rapportering av Del I, og det skal etableres enighet mellom de tre organisasjoner om grunnlaget for etablering av en portal før Del II iverksettes.

Del I:

- 1) Det skal foretas en vurdering og anbefaling av hvor omfattende en slik portal bør være, i betydningen om alle eller bare utvalgte deler av finansnæringen skal inkluderes. Ulike alternativer skal vurderes.
- 2) Det skal vurderes og foreslås ulike alternativer for hvem som skal ha eierskap til og driftsansvar for portalen, og hvordan dette skal organiseres. Eierskap og driftsansvar trenger ikke være identiske.

- 3) Det skal undersøkes ulike alternative finansieringskilder både for utvikling og løpende drift.
- 4) Det skal vurderes om tilslutning til portalen fra næringsaktørene skal være frivillig eller tvungen. Herunder skal det foretas en vurdering av og fremmes eventuelle forslag til nødvendige endringer i lov- og regelverk for å sikre slik tilslutning, samt sørge for at informasjonen i portalen blir sammenliknbar. Ulike alternativer skal vurderes. Vurderingen av eventuelle endringer i lov- og regelverk kan, hvis hensiktsmessig, foretas i tilknytning til Del II.

Del II:

- 1) Det skal utarbeides en (teknisk) kravspesifikasjon til hvordan en slik portal skal lages, med fokus på brukervennlighet og enkelhet i administrasjon av løpende ny og endret informasjon i portalen. Det kan lages kravspesifikasjoner for ulike løsninger, men da skal det foretas en anbefaling/prioritering mellom løsningene. Det skal også søkes avklart hvorvidt en eller flere av organisasjonene/etatene i arbeidsgruppen selv har teknisk kapasitet og kompetanse til å lage en slik portal, eventuelt hvorvidt slik utviklingskompetanse må anskaffes eksternt.
- 2) Det skal utarbeides et kostnadsoverslag for de enkelte kravspesifikasjonene, både hva gjelder utvikling og drift.

Det forutsettes at arbeidsgruppen, særlig i tilknytning til Del I, høster erfaringer fra liknende portaler i inn- og utland, både på samme sektor og på andre sektorer. Her nevnes særlig Konkurransetilsynets prisdatabase for kraft, Post- og teletilsynets prisdatabase på telepriser, samt liknende løsninger på finansmarkedet i øvrige nordiske land.

Konkurransetilsynet og aktuelle bransjeorganisasjoner kontaktes for konsultasjon og/eller samarbeid i den utstrekning dette finnes hensiktsmessig.

Arbeidsgruppen som nå avlegger sin rapport, har utelukkende jobbet med mandatets Del I, og foreliggende rapport er resultatet av dette arbeidet.

1.3 ARBEIDSGRUPPENS SAMMENSETNING

Arbeidsgruppen har bestått av Torgeir Øines (leder) fra Forbrukerrådet, Jo Gjedrem fra Forbrukerombudet, og Anne Kari Østmo og Chalotte Bjørn

fra Kredittilsynet. Gruppens medlemmer har ulike fagbakgrunner, slik at gruppen samlet har hatt både økonomisk, juridisk og informasjon-faglig kompetanse.

1.4 ARBEIDSFORM

Arbeidsgruppen startet sitt arbeid 1. juni 2005 og sluttførte sin rapport i februar 2006. I løpet av denne tiden har gruppen hatt sju møter og gjennomført tolv besøk til ulike informasjonspor-taler i inn- og utland. I tillegg har arbeidsgruppen gjennomført et dialogmøte med bransjeforenin-gene i Norge. Arbeidsgruppen har rapportert til kontaktmøtene på direktørnivå mellom Kredittil-synet, Forbrukerombudet og Forbrukerrådet.

Arbeidsgruppen delte sitt arbeid i tre faser:

1. Undersøkelsesfase
2. Dialogfase
3. Analysefase

1. Undersøkelsesfase
Arbeidsgruppen har samlet og strukturert empiri og erfaringer fra norske og utenland-ske informasjonportaler og nettsteder som inneholder forbrukerrettet informasjon, både på finansmarkedet og for andre markeder. Disse erfaringene er gjengitt i kapittel 2, og har deret-ter resultert i et sett suksesskriterier som pre-senteres i kapittel 4.

Arbeidsgruppen har i denne fasen besøkt følgende:

Norge	
Post- og Teletilsynet	www.telepriser.no/
Konkurransetilsynet	www.konkurransetilsynet.no/kraftpriser
Mattilsynet	www.matportalen.no/
Dine Penger	www.dinepenger.no/
Din Side	www.dinside.no/okonomi
Verdipapirfondenes Forening	www.vff.no/
Sverige	
Konsumenternas Bank- och finansbyrå	www.konsumentbankbyran.se/
Konsumenternas Försäkringsbyrå	www.konsumenternasforsakringsbyra.se/
Danmark	
Mybanker.dk	www.mybanker.dk/
Forsikring&Pension	www.forsikringsluppen.dk/
Pengepriser.dk	www.pengepriser.dk
Storbritannia	
Financial Services Authority	www.fsa.gov.uk/tables , www.fsa.gov.uk/consumer/

Arbeidsgruppen besøkte også Konsumentverket (www.ekonomi.konsumentverket.se/) i Sverige, men erfaringene herfra var ikke relevante i forhold til arbeidsgruppens mandat.

Arbeidsgruppen har også hatt skriftlig kontakt med Forbrugerrådet i Danmark og fått informasjon om Pengepriser.dk, en prissammenligningsportal for banktjenester som er utarbeidet av Finansrådet og Forbrugerrådet i samarbeid, og som ble lansert 26. januar 2006.

2. Dialogfase

Arbeidsgruppen inviterte berørte parter i finansnæringen til et dialogmøte 11. oktober 2005. Her la arbeidsgruppen fram sitt foreløpige arbeid. Erfaringene fra besøkene i inn- og utland ble presentert, og ulike løsningsalternativer for en eventuell finansportal ble drøftet. Temaene som ble diskutert var omfang, eierskap og driftsansvar samt finansiering. Møtet var konstruktivt og ulike synspunkter og argumenter kom fram. Bransjen ble også invitert til å fortsette dialogen med arbeidsgruppen, dersom dette var ønskelig. Et referat fra møtet er vedlagt rapporten.

3. Analysefase

I den siste og avsluttende fasen har innspill og synspunkter fra dialogmøtet med bransjen, og erfaringene fra studiebesøkene hos andre informasjonsportaler og nettsteder blitt sett i sammenheng. Arbeidsgruppen har i denne fasen brukt mye tid på å vurdere og diskutere om og, i så fall hvordan, en finansportal bør etableres. Videre har gruppen med utgangspunkt i mandatet diskutert ulike problemstillinger og alternativer rundt omfang, eierskap, driftsansvar, finansiering og regelendringer. Resultatet av disse analysene presenteres i rapportens kapittel 5-8.

2 ERFARINGER FRA ANDRE INFORMASJONSPORTALER

Arbeidsgruppens mandat har vært å utrede om og i så fall hvordan en finansportal for finansielle tjenester kan etableres i Norge. For å kunne svare på dette spørsmålet fant gruppen det naturlig å skaffe seg en oversikt over hva som finnes av

informasjonsportaler og nettsteder på det norske markedet. Gruppen har derfor besøkt og hatt samtaler med de som drifter løsningene, for blant annet å kartlegge årsakene til at de ble opprettet og hvordan de fungerer i praksis.

I tillegg til besøk hos seks norske løsninger har arbeidsgruppen besøkt Sverige, Danmark og Storbritannia, for å se på hva slags tilbud som finnes der. Her har gruppen konsentrert seg utelukkende om informasjonsportaler og nettsteder som omhandler finansiell informasjon.

Følgende informasjonsportaler og nettsteder er besøkt:

Norge

- Verdipapirfondenes forening
- Dine Penger
- DinSide
- Matportalen
- Kraftpriser
- Telepriser.

Sverige

- Konsumenternas bank- och finansbyrå
- Konsumenternas Försäkringsbyrå

Danmark

- Forsikringsluppen
- Mybanker

Storbritannia

- The Financial Services Authority (Storbritannia).

I tillegg har gruppen hatt kontakt med det danske Forbrugerrådet om Pengepriser.dk, en løsning som ble lansert 26. januar 2006.

I det følgende presenteres en oppsummering av de viktigste erfaringene arbeidsgruppen har gjort seg ved hvert besøk. Det gis i tillegg en presentasjon av Pengepriser.dk.

2.1 NORGE

2.1.1 Verdipapirfondenes Forening, www.vff.no

Verdipapirfondenes forening (VFF) har utviklet et klassifiserings- og informasjonssystem for verdipapirfond som har vært tilgjengelig på foreningens nettsted siden 1998. VFF eier databasen som er tilknyttet nettstedet og har det faglige ansvaret for oppdatering og drift. Tallgrunnlaget som presenteres er basert på data selskapene innrapporterer til Oslo Børs Informasjon (OBI) og som OBI så bearbejder og leverer til VFF. Omlag 1.500 fond var

registrert i databasen per oktober 2005. Bransjen finansierer driften av nettstedet gjennom en årlig avgift (for tiden kr. 3.500) per registrerte fond.

VFFs nettsted omfatter oversikt over det enkelte fonds:

- Forvaltningskostnader
- Gebyrer (tegning/innløsning)
- Risikomål (volatilitet, standardavvik)
- Referanseindeks
- Minste tegningsgebyr

Nettstedet markedsføres ikke mot sluttbrukere. De ulike fondene presenteres gjennom rådata, og ikke i rangert rekkefølge. Andre aktører - for eksempel ulike medier - står fritt til å benytte dataene og lage rangeringer etter egne, valgte kriterier.

VFF har etter eget utsagn vært opptatt av å sikre transparens i bransjen. De ser gjerne også større transparens for andre produkter innen verdipapirmarkedet, slik som banksparing med aksjeavkastning og andre indekserte produkter.

VFF stiller seg positiv til opprettelsen av en offentlig finansportal. De vil også tillate at deres datagrunnlag benyttes i en slik portal. Et kriterium er likevel at utgiftene til overføring av data blir dekket inn.

Arbeidsgruppens vurdering

Arbeidsgruppen vurderer nettstedet totalt som et sted med oppdaterte og kvalitetssikrede rådata på verdipapirområdet. Nettstedet har ikke forbrukere som sin primære målgruppe, og presenterer derfor ikke faktaopplysninger eller informasjon utover rådataene som en forbruker kunne hatt behov for.

Verdt å merke seg: VFF er positive til å levere grunndata til bruk i en eventuell finansportal.

2.1.2 Dine Penger, www.dinepenger.no

Dine Penger startet opp som et uavhengig nisjeblad på det privatøkonomiske markedet i 1983, og eies av Schibsted Forlagene AS. I 1997 kom den gratis tilgjengelige nettversjonen. Fra 1. februar 2006 blir nettstedet presentert via VG Nett og ikke via www.dinepenger.no.

Allerede i 1992 startet Dine Penger med Bank-NM i bladet. Formålet var å øke konkurransen mellom bankene gjennom å sammenligne ulike bankers tilbud. Fra og med 1998 nettbaserte sammenligninger innen finansområdet som siden har blitt videreutviklet. Oversiktene omfatter en

rangering av bank- og fondsprodukter/-tjenester etter ulike kriterier.

Dine Pengers nettsted omfatter blant annet ulike oversikter og prissammenligninger:

- Fongsrangering
- Rente- og gebyrsammenligninger på lån og spareprodukter innen bank
- Kursdatasammenligninger på fond, inkludert gebyrer som også virker inn på fremtidig avkastning

Dataene som sammenlignes lagres i en database og man ønsker å tilby brukerne historikk for 3-4 år der dette er hensiktsmessig.

På bankområdet samles dataene inn manuelt. Her benytter man bankenes tilgjengelige prislister, eller kontakter bankene direkte. Bankene kan også selv melde fra om endringer via e-post til Dine Penger, men dette skjer sjelden i praksis. Dataene oppdateres i prinsippet kontinuerlig, men i noen tilfeller utsettes oppdateringstidspunktet for enkeltbanker etter redaksjonelle vurderinger. Feil i oversiktene blir gjerne oppdaget av leserne eller av bankene selv.

Fondsdataene som benyttes stammer fra OBI og Verdipapirfondenes Forening. Dine Penger rangerer fondene etter den såkalte DP-terningen, som igjen er basert på fondets kostnader, avkastning og en DP-indeks. Denne har Dine Penger-redaksjonen selv utviklet i nært samarbeid med førsteamanuensis Harald Haukås ved Universitetet i Stavanger.

Foruten de ulike sammenligningsverktøyene, produserer redaksjonen ulike artikler og nyheter om privatøkonomi både for nettstedet og den trykte versjonen.

Dine Penger stiller seg negativ til at det offentlige skal finansiere en portal som vil komme til å konkurrere med produkter som allerede finnes i markedet, og mener Dine Pengers styrke er uavhengighet, troverdighet og faglig tyngde.

Arbeidsgruppens vurdering

Nettstedet gir etter arbeidsgruppens mening god og forbrukerrettet informasjon og sammenligninger på bank- og verdipapirfondsområdet. Informasjonen er dessuten gratis tilgjengelig. Dataene for bankområdet kan i større grad kvalitetssikres. Løsningen tar i liten grad for seg forsikringsområdet.

Verdt å merke seg: Bankene benytter seg sjelden av muligheten for å melde inn endringer elektronisk.

2.1.3 DinSide, www.dinside.no

DinSide er et nettsted som ble opprettet i 1997, og som i dag eies av Aller-gruppen. Nettstedet dekker ulike felt, ikke kun økonomi, og finansieres hovedsakelig gjennom annonseinntekter.

Innenfor privatøkonomi tilbyr DinSide nyhetsstoff, artikler og ulike prissammenligninger på blant annet banklån og banksparing. Erfaringene så langt viser, ifølge redaksjonen, at brukerne av nettstedet er mer opptatt av artikkelstoffet enn de ulike oversiktene og prissammenligningene.

DinSide ønsker etter eget utsagn å utvide med forsikringsstoff på sikt. Tidligere publiserte de også oversikter over verdipapirfond, men mener nå at denne typen data ikke er så interessant.

Dataene for bankområdet samles inn ved hjelp av en automatisk agent som henter inn prisinformasjon fra bankenes nettsteder. I tillegg brukes noe tid på justering av denne agenten, og manuell innhenting av data. Bankene har anledning til å oppdatere egne data selv ved hjelp av individuelle brukernavn og passord. Denne muligheten blir dog i liten grad benyttet. DinSide får ofte meldinger fra banker som mener nettstedet gjengir feil rentesatser. Dette kunne, ifølge DinSide, vært unngått dersom bankene holdt nettsidene sine oppdatert, ga beskjed til DinSide om endringer av produktenes betingelser og ikke opprettet nye sider ved prisendring, slik at den automatiske agenten ikke finner riktig nettside.

DinSide Økonomi omfatter blant annet:

- Artikler (for eksempel om aksjekjøp, reiseforsikring, økonomiske prognoser)
- "Kalkulatorløsninger" (blant annet for boliglån, kredittkjøp, renteendringer, banksparing, forbrukslån)
- Prislister (bankinnskudd, ulike typer lån, BSU-renter)

DinSide mener at en eventuell finansportal vil svekke deres nettsted isolert sett, og at en slik løsning må være svært god for å kunne konkurrere med dem. De mener også selv at de har en konkurransefordel grunnet sin lange erfaring med formidling av finanspriser. Dersom en ny portal likevel opprettes, vil DinSide gjerne benytte eventuelle rådata, forutsatt at disse er pålitelige.

Arbeidsgruppens vurdering

Nettstedet gir god og forbrukerrettet informasjon og sammenligninger på bankområdet. Informasjonen er gratis tilgjengelig. Løsningen

tar ikke for seg fondsprodukter. Det publiseres artikkelstoff om forsikringsområdet, men ingen mulighet for å sammenlikne priser og vilkår. Arbeidsgruppen mener at dataene for bankområdet i større grad burde kvalitetssikres.

Verdt å merke seg: Bankdataene inneholder ofte feil. Forbrukerne er mer interessert i artiklene enn i lister og "kalkulatorer".

2.1.4 Matportalen, www.matportalen.no

Mattilsynet eier og drifter Matportalen, en portal som har som mål å samle og gjøre informasjon om mat og mattrygghet fra offentlige myndigheter enkelt tilgjengelig. Mattilsynet ble opprettet i 2004 og er en sammenslutning av en rekke statlige og kommunale tilsyn. Målgruppen er forbrukere generelt.

Etableringen av Matportalen ble både initiert og finansiert av Landbruksdepartementet over statsbudsjettet. Den videre driften står Mattilsynet selv for. Det bevilges ikke dedikerte midler til driften av portalen, noe som oppfattes som å kunne påvirke driften negativt. Matportalen har en utøvende redaktør som rapporterer til kommunikasjonsdirektøren i Mattilsynet, og tilsynet er juridisk ansvarlig for portalens innhold.

Foruten Mattilsynet selv, bidrar Sosial- og helsedirektoratet, Vitenskapskomiteen for mattrygghet, Nasjonalt folkehelseinstitutt, Veterinærinstituttet, Bioforsk, Statens strålevern, Nasjonalt institutt for ernærings- og sjømatforskning (NIFES) og offentlige matmyndigheter i andre land med stoff til Matportalen.

Matportalen har ingen automatiske beregninger av noe slag, heller ikke eksterne datakilder eller datautveksling. Redaksjonen har ansvaret for å produsere saker til portalen. Stoffomfanget omfatter alt som kan være skadelig av næringsmidler, og det gis blant annet kostholdsråd til gravide/ammende.

Uavhengighet anses som svært viktig og sikres gjennom at redaktør og journalister i matportalen kun forholder seg til offentlige myndigheter. Portalen er imidlertid ikke underlagt Redaktørplakaten.

Arbeidsgruppens vurderinger

Portalen gir etter arbeidsgruppens vurdering nyttig og forbrukerrettet informasjon om mat- og mattrygghet. Nytt stoff publiseres fortløpende. Arbeidsgruppen oppfatter det som negativt at ingen dedikerte midler blir satt av til drift av portalen.

Verdt å merke seg: Matportalen ble opprettet på initiativ fra departementet. Portalen er en samarbeidsløsning der flere institusjoner bidrar med stoff. Matportalen har en egen redaksjon.

2.1.5 Kraftpriser,

www.konkurransetilsynet.no/kraftpriser

Konkurransetilsynet startet i 1998 med en statistisk prissammenligning av kraftpriser på sitt nettsted. Foranledningen var ønsket om å bidra til økt konkurranse i kraftmarkedet ved å gjøre det enklere for forbrukerne å skifte kraftleverandør.

Prissammenligningen eies av Konkurransetilsynet, og driftes over tilsynets ordinære budsjetter. I 2001 vurderte tilsynet å legge ned Kraftpriser på grunn av skepsis til at prissammenligningene kunne medføre tilpasninger i markedet. Konkurransetilsynet fant det likevel fornuftig å opprettholde tjenesten og har siden videreutviklet den.

Nettsiden omfatter følgende oversikter og sammenligninger:

- Priser og forbruk
- Kontakt- og betalingsinformasjon
- Prisutvikling
- Lenker til leverandørnettsteder

Dataene presenteres i rangert rekkefølge etter pris. Det gis ingen anbefalinger eller råd om besparelser. Rådataene er tilgjengelige for bearbeiding.

Konkurransetilsynet har hjemmel i forskrift til å kreve prisopplysningene innrapportert fra kraftleverandørene. Rapporteringen skjer ved at leverandørene selv legger inn sine priser i databasen. Konkurransetilsynet vektlegger at de til nå kun har benyttet utestengelse fra nettsiden som sanksjon i enkelttilfeller der kraftleverandører ikke har gitt korrekte opplysninger. Innrapporteringen er planlagt overført til Altinn i nær framtid.

Arbeidsgruppens vurderinger

En enkel og oversiktlig prissammenligning på kraftleverandører. Listen over leverandører er komplett på grunn av kravet om innrapportering. Arbeidsgruppen mener at det kunne vært ønskelig med mer informasjon og råd om hvordan besparelser o.l. kan oppnås.

Verdt å merke seg: Kraftpriser stiller rådata til disposisjon.

2.1.6 Telepriser, www.telepriser.no

Post- og teletilsynets telepriser.no er et nettsted som gir forbrukere oversikt over og mulighet til å sammenligne priser for fast- og mobiltelefoni samt Internett-tilgang. Forbrukerne får også råd om hva de bør tenke på når de skal velge tilbyder.

Telepriser ble opprettet i 2002 etter signaler fra daværende samferdselsminister Torild Skogsholm om at Post- og teletilsynet (PT) også måtte ha et sluttbrukerperspektiv. PT eier og drifter Telepriser selv. Nettstedet finansieres over PTs ordinære budsjetter, noe som innebærer indirekte finansiering fra bransjen ettersom PT tar avgifter fra de selskapene de har tilsyn med. I forhold til sluttbrukerne har Telepriser blitt et flaggskip for tilsynet. Markedsavdelingen hos Post- og teletilsynet har ansvaret for innholdet i portalen. Informasjonsavdelingen har budsjettansvar, samt ansvar for videreutvikling.

Tilbyderne har rapporteringsplikt og rapporterer inn sine data ved hjelp av en egen innrapporteringsmodul. Informasjonen kontrolleres opp mot informasjonen på tilbydernes nettsteder av en intern arbeidsgruppe på fire personer. Det arbeides med å få på plass retningslinjer for innrapporteringen. Til tross for rapporteringsplikten framhever PT at det også er et ønske for tilbyderne å være representert i portalen, da denne også fungerer som en form for markedsføringskanal for tilbyderne og deres produkter. Den mest effektive sanksjonen er derfor trusselen om å utelate aktører fra nettstedet, noe PT f.eks. benytter overfor operatører som ikke vil delta i nylig opprettede Brukerklagenemnda for elektronisk kommunikasjon (opprettet 1. februar 2006).

Telepriser omfatter oversikter og kalkulatorløsninger for følgende:

- Fire produkttyper (mobiltelefoni, fasttelefoni, bredbånd og oppringt Internett)
- Enkeltstående produkter (ingen produktpakker)

Prisene som oppgis er listepriser, og tar ikke opp i seg eventuelle rabatter eller kampanjetilbud. Løsningen konsentrerer seg om kvantitative størrelser fremfor produktenes/tjenestenes kvaliteter, og eventuelle tilleggprodukter o.l. Det presenteres ingen historikk på tidligere priser fra tilbyderne. Rådataene på nettstedet er tilgjengelig for bearbeiding av medier eller andre aktører.

Arbeidsgruppens vurderinger

Etter arbeidsgruppens mening et oversiktlig nettsted med enkle produkter. Listen over le-

verandører er komplett på grunn av kravet om innrapportering. Noe negativt at rabatter eller kampanjetilbud ikke fremkommer i løsningen.

Verdt å merke seg: Portalen ble opprettet på politisk initiativ. Leverandørene ikke bare må, men ønsker å være representert fordi de, i følge PT, ser på portalen som en god markedsføringskanal.

2.2 SVERIGE

2.2.1 Konsumenternas bank- och finansbyrå www.konsumentbankbyran.se

Konsumenternas bank- och finansbyrå ble opprettet i 1994 som svar på en trussel mot bransjen om at en finansombudsmann kunne komme på banen. Drivkraften for etableringen var LO og andre store fagforeninger som mislikte mangelen på transparens og mulighet for prissammenligninger innen bank- og finansområdet.

Byråets arbeid omfatter drift og vedlikehold av eget nettsted, samt kontakt (per telefon og e-post) med forbrukere angående klager (utgjør 3/4 av henvendelsene) og førkjøpsinformasjon (1/4 av henvendelsene). Byrået er uavhengig og gir informasjon og rådgiving til forbrukere om banker, verdipapirfond og andre finansielle institutter. En av de viktigste oppgavene for byrået er å fange opp forbrukerproblemer innen finansområdet, samt å sammenstille og redegjøre for disse overfor myndigheter og foretak.

Nettstedet omfatter hovedsakelig:

- Oversikt over gebyrer på de vanligste banktjenestene (priser på bankkort, regningsgebyr, reisevaluta osv.)
- Faktainformasjon om ulike bankprodukter
- Forklaring på de vanligst brukte begrepene innen bank- og finans
- Nyheter og artikler

Nettstedet tilbyr ingen mulighet for sammenligning av tilbud fra ulike banker.

Byrået er organisert som en stiftelse og finansieres av bransjen. Styret består av to representanter fra Konsumentverket, to fra Finansinspektionen og fire representanter fra bank- og finansbransjen (to fra Bankforeningen, en fra Fondshandlerne og en fra Fondsbolagen). Myndighetssiden har styreleder vervet og dobbeltstemme. Styrets sammensetning oppleves tidvis som problematisk fordi det består av to leirer som representerer hver sine særinteresser og delvis motarbeider hverandre. Byråets leder

hevder at det i praksis er bransjen som legger premissene fordi de finansierer driften. Det har vært diskusjoner om byrået skal endres fra å være en stiftelse til å legges til et myndighetsorgan.

Arbeidsgruppens vurderinger

Nettstedet gir god faktainformasjon om bankprodukter til forbrukerne. Arbeidsgruppen mener det er negativt at det ikke gis oversikter og sammenligninger av bankproduktene. Styresammensetningen kan virke hemmende på dynamikk og utvikling grunnet interne interessefronter.

Verdt å merke seg: Posisjon som videreformidler av forbrukerproblematikk til foretak og myndigheter. Byrået ønsker å slå sammen sin nettside med nettsiden til Konsumenternas Försäkringsbyrå (omtalt nedenfor) til en felles portal.

2.2.2 Konsumenternas Försäkringsbyrå www.konsumenternasforsakringsbyra.se

Byrået ble startet i 1979 og har siden 1982 drevet sammenligning av forsikringsvilkår hos de ulike forsikringsselskapene i det svenske markedet. Nettstedet ble lansert allerede i 1995. Her får forbrukerne et overblikk over kvalitative forskjeller ved at vilkår sammenstilles og sammenlignes. Dermed kan forbrukeren finne den forsikringen med de vilkårene som best dekker de behov vedkommende måtte ha. Forbrukerne får også hjelp til å tolke vilkårene.

Nettstedet gir sammenligninger på følgende forsikringsprodukter:

- Forsikring av motoriserte kjøretøy (personbil, motorsykel, båt, moped)
- Forsikring av hjem, villa eller fritidshus/hytte
- Sykdoms- og ulykkesforsikring for voksen
- Sykdoms- og ulykkesforsikring for barn
- Reiseforsikring
- Forsikring av dyr (hund/hest)

Det gis ikke oversikt over premier, bortsett fra for bilforsikring. Forbrukeren må derfor finne prisen på hver enkelt forsikring selv, ved å benytte eksisterende lenker til leverandørenes nettsteder. Konsumenternas Försäkringsbyrå driver veiledning både i førkjøpssituasjonen og etter skade. Nettstedet retter seg primært mot førkjøpsinformasjon, mens veiledningen (per telefon og e-post) i langt større grad dreier seg om rådgiving etter skade. Sammenstillingen av vilkårene er utviklet over tid, der man har tatt for seg område for område. Dette arbeidet forutsetter stor kunnskap fra

byråets ansatte, og kan i liten grad automatiseres.

Byrået er en stiftelse med et styre bestående av to representanter fra Konsumentverket, to fra Finansinspektionen og to fra forsikringsbransjen. Byråets virksomhet finansieres av forsikringsbransjen gjennom Sveriges försäkringsförbund.

Bransjen melder selv inn endringer i vilkårene på sine forsikringsprodukter. Deretter går byråets ansatte gjennom vilkårene og setter dem inn i riktig kategori(er) på nettstedet. Virksomheten bygger på avtaler og er frivillig. I flere tilfeller har det forekommet at selskapene gjør tilpasninger i vilkårene dersom de selv mener de kommer dårlig ut i Försäkringsbyråets oversikt.

Konsumenternas Försäkringsbyrå påpeker at bransjen var skeptisk da byrået ble startet opp, men at bransjen nå ser det som en markedsmessig fordel å bli sammenlignet. Byrået har god kontakt med bransjen og får ofte innspill herfra. De understreker likevel sin uavhengighet overfor bransjen og nødvendigheten av dette for å bevare troverdighet overfor forbrukerne. Försäkringsbyrået får omlag 3-5 medieomtaler hver dag.

Arbeidsgruppens vurderinger

Arbeidsgruppen mener nettstedet gir en god sammenstilling av vilkårene til de ulike forsikringsproduktene. Det oppfattes som noe negativt at det ikke vises oversikt over premier sammen med vilkårene. Nettstedet tar ikke for seg samtlige forsikringstyper.

Verdt å merke seg: Byrået har arbeidet med vilkårssammenligning gjennom mange år. Samarbeidet med bransjen karakteriseres som godt. Byrået ønsker å slå sammen sin nettside med nettsiden til Konsumenternas bank- og finansbyrå (omtalt ovenfor) til en felles portal. Byrået får hyppig medieomtale.

2.3 DANMARK

2.3.1 ForsikringsLuppen www.forsikringsluppen.dk

Forsikring & Pension er de danske forsikrings-selskapenes bransjeorganisasjon. Etter ønske fra forbrukermyndighetene og etter en periode med sterk kritikk mot forsikringsbransjen ble nettstedet forsikringsluppen.dk opprettet i 2000. Nettløsningen ble utarbeidet av bransjeorganisasjonen i samarbeid med Forbrugerrådet, Forbrugerombudsmanden og Konkurrencestyrelsen. Forsikringsluppen eies og driftes av bransjeorganisasjonen.

Nettstedet omfatter følgende oversikter og sammenligninger på standardiserte produkter:

- Familieforsikring (innbo, ansvar, reise mv.)
- Husforsikring
- Bilforsikring

Nettløsningen er helautomatisk, driftseffektiv og integrert mot forsikringsselskapenes systemer. Forbrukeren må taste inn noen predefinerte opplysninger (anonymt) om seg selv innen det aktuelle forsikringsområdet, og kommer deretter automatisk i kontakt med de aktuelle forsikringsselskapenes systemer. Forbrukeren får opp en resultatliste som viser inntil tre selskapers tilbud av gangen. På resultatsiden er det lenker til forsikringsselskapenes nettsteder.

Forsikring & Pension mener selv at deres portalløsning er utdatert, og Forsikringsluppen skal nå revideres. Av ting som er til diskusjon for implementering i en revidert utgave er tilbud om reiseforsikring. Forbrugerrådet har også reagert på at produktpakker ikke er med i løsningen.

Arbeidsgruppens vurderinger

Nettstedet tilbyr sammenligning av både vilkår og priser. Driftskostnadene er lave. Arbeidsgruppen mener sammenligningene med fordel kunne vært utvidet til å vise mer enn tre tilbydere av gangen. Det oppfattes også som negativt at løsningen ikke har blitt videreutviklet i løpet av fem år.

Verdt å merke seg: Integrert løsning mot foretakenes egne datasystemer.

2.3.2 Mybanker.dk www.mybanker.dk

Nettstedet Mybanker.dk ble etablert på privat initiativ i 2000 av en gruppe personer med faglig kompetanse og erfaring fra finansiell sektor. Idéen var å tilby forbrukerne overblikk over det finansielle markedet, med vekt på innskudds- og låneprodukter samt ulike kreditt- og kontokort. Det gis også råd om hva forbrukerne bør være oppmerksomme på ved kjøp av finansielle tjenester, og om de lovmessige kravene en finansinstitusjon skal oppfylle.

Mybanker uttaler selv at de konsentrerer seg om det de kan tjene penger på, og virksomheten finansieres hovedsakelig ut fra tre forretningsområder: Annoncesalg (fortrinnsvis mot bankbransjen), salg av forbrukertjenester (per tiden kr 20 per individuelle oversikt) og salg av oversikter og programvareløsninger til finansinstitusjoner og mediehus.

Informasjonen samles inn og oppdateres fortløpende. Dette skjer både ved hjelp av en spider-funksjon, som tråler finansinstitusjonenes nettsider, og ved manuell oversikt og beregning med utgangspunkt i bankenes offentlig tilgjengelige prislister. Det gjøres også en kvalitetssikring av dataene, og de ansatte i Mybanker hevder at de ofte påviser feil i bankenes beregninger. Slike feil får ingen konsekvenser for bankene.

Det er vesentlig for virksomheten at den har troverdighet både hos forbrukerne og bankene. Mybanker hevder selv at det private eierskapet gir fullstendig uavhengighet. Svakheten er behovet for inntjening, men det har foreløpig ikke bydd på problemer. Virksomheten skal ha økt sin omsetning med 60 – 80 prosent siden oppstarten. Som kommersiell aktør vektlegger de nødvendigheten av tjenestens kvalitet og evnen til å levere det forbrukerne etterspør.

Arbeidsgruppens vurderinger

Arbeidsgruppen mener nettstedet gir en god oversikt over bankprodukter, inkludert sammenligning av priser og gebyrer. Den tekniske løsningen virker også overbevisende. Forbrukerne må dessverre betale for en del av informasjonen, noe arbeidsgruppen mener er negativt. Det bemerkes også at det er en tett kobling mot bankene, som Mybanker samtidig skal "bevokte", og at det ikke er noen garanti for fortsatt eksistens dersom løsningen viser seg å bli ulønnsom.

Verdt å merke seg: Privat initiativ og drifting.

2.3.3 Pengepriser.dk

www.pengepriser.no

26. januar 2006 ble nettstedet Pengepriser.dk lansert. Nettstedet er et samarbeid mellom Finansrådet, (de danske bankenes bransjeorganisasjon) og Forbrugerrådet. Nettstedet blir finansiert av Finansrådet.

Pengepriser.dk er et resultat av et politisk initiativ i 2003, hvor det ble nedsatt en bredt sammensatt gruppe med representanter fra ulike myndigheter og Finansrådet. Arbeidsgruppen framla en rapport i august 2004 som anbefalte at det ble utarbeidet et Internett-basert prissammenligningssystem for bankpriser. Finansrådet og Forbrugerrådet inngikk avtale om å utvikle et slikt system, og det er denne avtalen som har resultert i Pengepriser.dk.

På Pengepriser.dk er det mulig å sammenligne priser på enkeltprodukter, og i tillegg kan man beregne priser for gitte standardproduk-

ter tilpasset ulike standardhushold. Her kan forbrukeren plassere seg i en av ni forhåndsdefinerte husholdningsgrupper, og få fram hvilken bank som har det beste tilbudet for denne gruppen.

Når det gjelder produktsammenligningene, kan forbrukerne sammenligne ulike låneprodukter (lønnskottokreditt, bil-, bolig- og forbrukslån) og sparekontoer (lønnskonto og barnesparing). For lånetilbudene gis opplysninger om laveste og høyeste effektive rente (ÅOP - Årlig Omkostninger i Procent) for hver tilbyder. De 25 rimeligste kommer opp på en liste. Forbrukeren kan selv velge ut hvilke tilbydere som skal sammenlignes, og kan også sammenligne bestemte tilbydere ut fra geografi (postnummer). Samme valgmuligheter tilbys for innlånsproduktene, hvor tilbyderne sammenlignes på nominelle innskuddsrenter.

Datarapporteringen til Pengepriser.dk er basert på frivillig deltakelse fra bankene. Bankene rapporterer selv inn til portalen, og det er lagt opp til at det er bankene selv som skal bestemme når de vil oppdatere sine priser. Systemet er basert på tillit og internjustis, og den viktigste sanksjonen er muligheten til å stenge tilbydere ute fra sidene.

Utviklingskostnadene for Pengepriser.dk har vært rundt 4 millioner DKK.

For låneproduktene fungerer siden tilfredstillende, selv om man kunne tilbudt muligheter til å beregne flere lånestørrelser enn de standardeksemplene som gjelder. Når det gjelder lønnskonto, er det en klar mangel at det ikke er mulig å sammenligne gebyrene. For de fleste forbrukere er gebyrene viktigere enn rentene på lønnskontoen, og det er derfor mer interessant å finne ut hva bruken av kontoen faktisk koster. For å finne ut av dette er forbrukerne i Danmark fortsatt avhengig av Mybanker.dks tilbud.

Arbeidsgruppens vurderinger:

Pengepriser.dk gir forbrukerne en grei mulighet til å sammenligne bankenes priser på enkeltprodukter, men det gis bl.a. ikke mulighet for gebyrsammenligning.

Husholdningssammenligningen kan virke konkurransehemmende, og hever brukerterskelen for nettsiden unødvendig.

Verdt å merke seg: Bankene bestemmer selv om og når de vil oppdatere priser. Det antas at internjustis vil hindre at bankene unnlater å endre opplysningene når prisene settes opp.

2.4 STORBRITANNIA

2.4.1 The Financial Services Authority (FSA)

www.fsa.gov.uk/consumer

The Financial Services Authority (FSA) er Kredittilsynets søsterorganisasjon i Storbritannia. Tilsynets drift finansieres av tilsynsenhetene, i likhet med praksisen i Norge. FSAs arbeid med forbrukerinformasjon er omfattende og inkluderer blant annet nettstedet Consumer Information. FSA har organisert forbrukerarbeidet som en egen del av sin virksomhet: Consumer Services. Det overordnede målet for denne virksomheten er å legge til rette for at forbrukerne får tilstrekkelig kunnskap til å treffe informerte valg om egne økonomiske disposisjoner. Arbeidet til Consumer Services er konsentrert om to hovedområder: Forbrukerbeskyttelse og informasjon.

Forbrukerbeskyttelsen omfatter arbeidet med å sikre at forbrukerne får tilfredsstillende hjelp til å forstå sine rettigheter og sitt ansvar. I tillegg er det også viktig for FSA at forbrukerne skal forstå FSAs begrensede rolle i spørsmål som omhandler forbrukerperspektivet. Det er eksempelvis ikke naturlig for tilsynet å håndtere klager mot selskapene som er under tilsyn. Her henvises det i stedet til The Financial Ombudsman Service.

Informasjonsarbeidet er betydelig og omfatter blant annet:

- Et eget kontaktsenter for forbrukere, som tilbyr informasjon og veiledning
- Produksjon av enkle, trykte brosjyrer som tar for seg ulike temaer innen privatøkonomi
- FSAs nettsider om forbrukerstoff
- Sammenlignbare oversikter (comparative tables) for finansielle produkter (lån, sparing, pensjon og verdipapirfond m.v.) tilgjengeliggjort via FSAs nettsted
- Generell informasjon, artikler og fakta om viktige deler av det privatøkonomiske feltet

I de sammenlignbare oversiktene på FSAs nettsted får forbrukerne muligheten til å sammenligne boliglån og sparekontoer, samt ulike fonds- og forsikrings spareprodukter. Det blir lagt stor vekt på at tabellene skal være upartiske og ikke-rådgivende. Tilbyderne rangeres derfor i utgangspunktet ikke, men presenteres alfabetisk. Forbrukerne kan imidlertid sortere på noen parametere (blant annet pris) og på den måten lage sin egen rangering. For fondsproduktene gir tabellene ingen opplysninger om historisk avkastning, og man kan bare sortere på kostnader. Dette er et bevisst

valg fra FSA, begrunnet i at det ikke finnes noen klar sammenheng mellom historisk og framtidig avkastning.

Dataene for de sammenlignbare oversiktene blir oppdatert daglig, og innsamlingen skjer ved hjelp fra et eksternt tilknyttet firma (Defaqto Ltd), som tilbyr data fra hele finansområdet.

Arbeidsgruppens vurderinger:

Etter arbeidsgruppens vurdering er FSAs nettsider for forbrukere imponerende både med hensyn til omfang og dybde. Det oppfattes likevel som et minus at forsikringsområdet er mangelfullt sammenlignet med de andre finansområdene.

Verdt å merke seg: FSA har et omfattende engasjement i forbrukerinformasjon.

2.5 KORT OPPSUMMERING

Samtlige av de landene arbeidsgruppen har besøkt utenfor Norge har sett behovet for å legge til rette for at forbrukerne lettere kan orientere seg i et komplekst finansmarked. Flere har også mange års erfaring på å utvikle informasjonstjenester. For Norges del ser det ut til at det i dag finnes langt bedre oversikter og sammenligningsgrunnlag for kjøp av eksempelvis mobilabonnementer m.m. og kraft enn kjøp av finansielle produkter og tjenester.

Det er ingen av nettstedene og portalene arbeidsgruppen har besøkt som dekker hele finansmarkedet. Arbeidsgruppen har savnet å se eksempler på informasjon, oversikter og sammenligninger av priser og vilkår for både bank-, forsikrings- og verdipapirområdet i én felles løsning. FSAs nettsider for forbrukertjenester ser så langt ut til å være de som kommer nærmest en ideell finansportal. Deres løsning er klart mest omfattende både når det gjelder antall finansielle produkter, omfanget av informasjon og faktaopplysninger som presenteres på nettstedet og - ikke minst - de komparative oversiktene og "kalkulatorløsningene" for lån, sparing, pensjon og fondsprodukter. FSA har likevel ikke klart å lage sammenligninger på forsikringsområdet. Her har land som Sverige og Danmark kommet mye lenger.

3 SKAL EN FINANSPORTAL OPPRETTES?

Som det framgikk av forrige kapittel har arbeidsgruppen kartlagt hva som finnes av informasjon om finansielle produkter og tjenester på det norske markedet og sammenlignet med hva som finnes av tilbud i andre land. Erfaringene ble presentert og diskutert med finansbransjen på et dialogmøte 11. oktober 2005. Bransjen ble også oppfordret til å komme med innspill i etterkant av møtet.

Arbeidsgruppen har nedenfor oppsummert det vi anser som hovedargumentene for og mot opprettelsen av en finansportal. Argumentene bygger på innspill fra rapporten "Informasjonstilbudet til sluttbrukerne i finansmarkedet" (2004), dialogmøtet med bransjen og arbeidsgruppens egne drøftinger.

3.1 ARGUMENTER MOT

- Informasjonen om de ulike produktene finnes fra før
- En finansportal gir liten merverdi i forhold til kostnadene

Informasjonen om de ulike produktene finnes fra før

All nødvendig informasjon om finansproduktene samt vilkår og priser er i dag tilgjengelig for forbrukerne, blant annet på de ulike finansinstitusjonenes nettsteder. Det er derfor mulig for forbrukerne å innhente den informasjonen de trenger for å vurdere den enkelte tilbyder og dennes produkter. Medier og andre kommersielle aktører har i tillegg viet mye oppmerksomhet til stoff om personlig økonomi de senere årene gjennom eksempelvis produkttester, ulike rentebarmetre på innskuddskonto og lån, lånekalkulatorer, oversikt over aksjer og verdipapirfond samt omtale av enkelte forsikringsprodukter. Dette arbeidet er trolig til stor hjelp for forbrukerne. Totalt sett kan man derfor hevde at forbrukernes behov for informasjon er dekket, og at en finansportal derfor er overflødig.

En finansportal gir liten merverdi i forhold til kostnadene

Opprettelsen av en finansportal vil medføre betydelige kostnader både til utviklingsfasen og den senere driften (se avsnitt 7.1). Uavhengig av

hva slags finansieringsmodell som velges, vil finansinstitusjonene pålegges merarbeid og ekstra kostnader dersom en finansportalløsning blir etablert. Dette er først og fremst forbundet med innrapporteringen av data og ressurser knyttet til drift, samt eventuelle behov for tilpasning av selskapenes egne systemer til finansportalens. Når informasjonsbehovet til forbrukerne i tillegg kan hevdes å allerede være dekket, vil en finansportal gi liten merverdi i forhold til de kostnadene den medfører.

3.2 ARGUMENTER FOR

- Informasjonen samles, struktureres og gjøres sammenliknbar på ett sted
- Dagens tilbud omfatter ikke forsikringsområdet
- En offentlig forankret finansportal er kommersielt uavhengig og kan nå flere
- Aktive forbrukere bidrar til å sikre et velfungerende finansmarked

Informasjonen samles, struktureres og gjøres sammenliknbar på ett sted

Tilgangen på informasjon er ikke problemet for forbrukere som kjøper finansielle tjenester. Utfordringen ligger i å *orientere* seg i et marked med stadig flere og mer spesialiserte og kompliserte produkter og tjenester, og å velge ut *relevant informasjon*. I praksis betyr dette at den gjennomsnittlige forbruker må bruke mye tid og krefter i forsøket på å finne fram til og sammenligne tilbydernes produkter og vilkår fra en rekke ulike kilder før de kan foreta de rette kjøpsbeslutningene.

Medier og andre kommersielle aktører bidrar trolig til å hjelpe forbrukerne til å orientere seg i det finansielle markedet. Men de er på ingen måte dekkende: Informasjonen er gjerne avgrenset til enkelte produkttyper, den produseres ofte sporadisk og forbrukeren må i noen tilfeller også betale for informasjonen som tilbys. Forbrukeren har heller ingen garanti for at informasjonen er pålitelig, i betydningen oppdatert og korrekt til en hver tid.

En finansportal med en samlet oversikt over finansielle tjenester og produkter kan gi forbrukerne pålitelig og sammenliknbar informasjon om vilkår og priser.

Dagens tilbud omfatter ikke forsikringsområdet

Finansinstitusjonene tilbyr en rekke ulike forsikringsprodukter basert på vilkår fastsatt av den enkelte institusjon. Dette gjør det spesielt van-

skelig og tidsmessig svært omfattende for forbrukerne å sammenlikne produkter mellom de ulike tilbyderne, da både vilkår og pris varierer stort for tilsynelatende like forsikringsprodukter. I tillegg opererer mange av institusjonene med såkalte produktpakker, der flere forsikringsprodukter og/eller -tjenester inngår i et samlet tilbud, og hvor prisen for hvert enkelt produkt/tjeneste ikke framgår. Dermed kan kundene vanskelig sammenligne enkelttilbud og forskjellige produktpakker mellom tilbyderne på markedet.

Det finnes heller ingen medier eller andre kommersielle aktører som tilbyr oversikt over og mulighet til å sammenligne forskjellige forsikringsprodukter/-tjenester på vilkår og pris. En finansportal kan ta for seg å bearbeide og strukturere informasjon om de ulike forsikringsproduktene, slik at forbrukerne på enkelt vis kan sammenligne vilkår og priser mellom forskjellige tilbydere.

En offentlig forankret finansportal er kommersielt uavhengig og kan nå flere

Den noe fragmenterte informasjonen som finnes om finansielle produkter og tjenester på markedet er stort sett drevet av kommersielle aktører. 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 vil også være i finansinstitusjonenes interesse, da dette sikrer objektivitet og kommersiell uavhengighet.

Aktive forbrukere bidrar til å sikre et velfungerende finansmarked

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 etterspørrere. Dersom det opprettes en offentlig 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 i en kjøps-situasjon. På denne måten er forbrukerne med på å sikre konkurransen i finansmarkedet, noe som også tjener bransjen.

4 VIKTIGE KRITERIER FOR EN FINANSPORTAL

Erfaringene fra besøkene hos andre nettstedet og portaler har gjort arbeidsgruppen i stand til å identifisere ulike forhold som etter arbeidsgruppens syn kan påvirke graden av suksess for en eventuell finansportal i Norge. Disse suksesskriteriene må ses på som ønskede utgangspunkt som man i størst mulig grad søker å legge til rette for.

Suksesskriteriene kan oppsummeres i følgende punkter (utdypet nærmere nedenfor):

- Bredt spekter av finansielle produkter og tjenester
- Uavhengighet og forbrukerdedikasjon
- Brukervennlig løsning
- Grundig utviklingsfase
- Enkel drift
- Stabil finansiering
- Bransjekompetanse og produktkunnskap
- Veldefinerte parameterdata
- Råstoffleverandør til media og andre redaksjonelle miljøer
- Bred markedsføring
- Jevnlige brukerundersøkelser

Bredt spekter av finansielle produkter og tjenester

Dersom portalen skal nå den primære målgruppen - forbrukerne - er det helt nødvendig at innhold og omfang oppleves som nyttig. Portalen må tilby mer og noe annet enn det forbrukeren får fra de andre kildene som finnes på markedet - eksempelvis fra bransjen eller media. Den må ha en merverdi. Merverdien ligger, etter arbeidsgruppens mening, i å presentere et bredt spekter av finansielle produkter og tjenester som oppleves som nyttige for forbrukerne og som de ikke finner samlet noe annet sted.

Informasjon og data som presenteres må i tillegg til å være relevant og interessant for forbrukeren også være kvalitetssikret, i betydningen riktig og oppdatert til enhver tid. Det er her viktig å ta høyde for forbrukernes ulike behov og ståsteder, slik at man i portalen både tar for seg rene faktaopplysninger, pris, forklaring av vilkår, "kalkulatorløsninger" og mer artikkel- og nyhetspreget stoff.

En videre diskusjon av omfang og innhold for en eventuell finansportal er gitt i kapittel 5.

Uavhengighet og forbrukerdedikasjon

Det er etter arbeidsgruppens mening helt avgjørende at en finansportal utvikles og driftes i et uavhengig og dedikert miljø der forbrukerperspektivet står i fokus. Dette for å bygge opp troverdighet overfor portalens målgruppe og sikre at det ikke oppstår interessekonflikter i organiserings- og driftssituasjonen.

Videre diskusjon av eierskap og driftsansvar for en eventuell finansportal er gitt i kapittel 6.

Brukervennlig løsning

En finansportal bygger på en nettbasert løsning, og må være intuitiv og enkel i bruk og rette seg mot ulike brukeres behov. Norge ligger langt framme i bruken av Internett, noe som gjør at den gjennomsnittlige forbruker forventer å få løst sine informasjonsbehov raskt og enkelt. Der- som disse forventningene ikke imøtekommes, vil brukeren slutte å benytte portalen. God funksjonalitet og design må derfor vektlegges helt fra starten, slik at man bygger opp antall brukere til å nå en kritisk masse, som igjen vil fungere som opinionsledere for nye portalbrukere.

Grundig utviklingsfase

Arbeidsgruppen mener det er et suksesskriterium for en finansportal å ha et omfattende innhold og omfang, med et bredt spekter av finansielle produkter og tjenester (se over). Dette betinger at utviklingen av portalen må være grundig helt fra starten av prosjektet, slik at innholdet blir attraktivt for forbrukerne.

Enkel drift

Arbeidsgruppen mener det er mest effektivt – både kostnadsmessig og med tanke på personressurser – at driften av en portalløsning i det daglige skal foregå så enkelt som mulig. Et system som krever mye tid og ressurser på oppdateringer vil være til hinder for den praktiske nytte og troverdighet portalen har for publikum. Oppdateringer av informasjon og data må derfor kunne gjøres raskt og være pålitelig. En enkel driftssituasjon frigjør også midler til nødvendig videreutvikling der dette er nødvendig. Slik arbeidsgruppen ser det, er det en grundig utviklingsfase som legger grunnlaget for den videre driften. Enkel drift av løsninger betinges dermed av en grundig utviklingsfase, se over.

Stabil finansiering

Stabil finansiering er nødvendig for å skape forutsigbarhet for drift, framtidige satsninger og

effektiv videreutvikling. Dersom en finansportal på grunn av manglende midler ikke klarer å utvikle tilbud og tjenester i takt med utviklingen på produksiden i finansmarkedet, eller - i verste fall - ikke klarer å opprettholde allerede etablerte tilbud, vil dette svekke portalens troverdighet og nytteverdig for brukerne.

En videre diskusjon av finansiering for en eventuell finansportal er gitt i kapittel 7.

Bransjekompetanse og produktkunnskap

God kjennskap til produktene som finnes på markedet og kjennskap til finansbransjen forøvrig, synes nødvendig for å utvikle og drifte en finansportal på en tilfredsstillende måte. Bransje- og produktkunnskapen bidrar til å holde fokus på at innholdet i portalen er nyttig og relevant.

Veldefinerte parameterdata

En finansportal vil være avhengig av god tilgang til data fra bransjene som skal levere opplysninger. Slike data må være sammenlignbare, slik at redaksjonelt etterarbeid holdes på et minimum. Mest hensiktsmessig er løsninger med automatisk leveranse av data direkte fra bransjen. Ved utvelgelse av de nødvendige parameterdata for slik dataoverføring, er det avgjørende at bransjen medvirker. Man må bestemme hvilke data som skal leveres, og hvordan dette teknisk sett kan løses både på avsender- og mottakersiden.

Videre diskusjon av tilknytningsform, rapporteringsplikt og regelendringer for en eventuell finansportal er gitt i kapittel 8.

Råstoffleverandør til media og andre redaksjonelle miljøer

En finansportal bør kunne tilby rådata til media og andre redaksjonelle miljøer som har et forbrukerperspektiv. Mediene sikres dermed korrekte og oppdaterte data til enhver tid. Gode relasjoner til media bidrar også til å spre informasjonen i flere kanaler.

Bred markedsføring

For å bygge opp en kritisk brukermasse må en finansportal gjøres kjent for forbrukerne ved hjelp både av tradisjonell markedsføring (lansering), redaksjonell omtale og bruk av lenker. Forbrukere er generelt en svært heterogen gruppe, og det er derfor viktig at markedsføringen av portalen skjer gjennom flere kanaler.

Jevnlige brukerundersøkelser

For å sikre at portalen faktisk treffer målgruppens behov, må det settes av midler til gjennomføring av jevnligte brukerundersøkelser. Det bør også åpnes for elektronisk kommunikasjon (e-post eller liknende) mellom portalens redaksjon og forbrukerne for tilbakemeldinger på portalens innhold og tjenester.

5 OMFANG

Rapporten "Informasjonstilbudet til sluttbrukerne i finansmarkedet" (2004) omtaler produktområdene sparing (inkl. verdipapirtjenester), lån og kreditt, dagligbank, skadeforsikring og produktpakker. Den forrige arbeidsgruppen la til grunn at alle de omtalte produktområdene bør inkluderes i en eventuell informasjonsportal.

Denne arbeidsgruppen har som mandat på selvstendig grunnlag å vurdere omfanget av portalen, herunder om hele eller bare deler av næringen skal inkluderes. Denne vurderingen gjøres i avsnitt 5.5 nedenfor. Først vil vi imidlertid redegjøre for de behov og utfordringer arbeidsgruppen ser på de ulike produktområdene. Vi velger da å dele finansnæringen i tre hoveddeler, hvor vi i 5.1 ser på lån, kreditt og dagligbankjenester, i 5.2 forsikring og i 5.3 sparemarkedet. I tillegg vil vi i 5.4 kort redegjøre for problemstillinger knyttet til produktpakker.

Arbeidsgruppens anbefaling mht. portalens omfang er gitt i avsnitt 5.6.

5.1 LÅN, KREDITT OG DAGLIGBANKTJENESTER

Lån, kreditt og dagligbankjenester er forholdsvis enkle produkter som nesten alle har et forhold til. De fleste har en bankkonto det er knyttet ulike tjenester til og tar opp lån i løpet av livet. En god mulighet til å sammenligne ulike banker er derfor en tjeneste som vil være allment nyttig. På samme måte blir kredittkjøp og forbrukslån mer og mer vanlig, og det kan derfor være nyttig med en mulighet til å finne ut av og sammenligne de faktiske kostnadene.

Det finnes imidlertid allerede i dag gratis tilgjengelige nettløsninger som samlet gir bank-

kundene gode muligheter til å finne fram til den beste banken. Oppretting av en finansportal vil antakelig ikke kunne tilby mer enn det som allerede tilbys fragmentert. En ny portal kan imidlertid samle alt under en paraply og knytte dette sammen med andre finansielle tjenester. En enhetlig portal for finansielle produkter og tjenester vil være mer brukervennlig ved at forbrukerne kan finne alt på et sted og ikke trenger forholde seg til flere nettsteder.

Den viktigste utfordringen for disse produktområdene er å få til en effektiv og rasjonell data-rapportering. I dag er det flere aktører som samler inn data fra bankene, og det brukes mye ressurser på dette. Gjennom pålegg eller samarbeid med bransjen (se kapittel 8) kan en portal i offentlig regi effektivisere innrapporteringen, og sikre komplette og pålitelige data av høy kvalitet. Får man til en effektiv og tilstrekkelig innrapportering av data, er presentasjonene i hensiktsmessige lister eller kalkulatorer forholdsvis enkle å utvikle.

Etter arbeidsgruppen vurdering står man ovenfor tre ulike valg for dette produktområdet:

- Man kan konkludere med at området i dag er dekket gjennom private løsninger, og at det ikke er nødvendig med et nytt tilbud.
- Man kan legge opp til at det produseres data gjennom samarbeid eller rapporteringsplikt, men at presentasjonen overlates til private aktører.
- Man kan legge opp til en kommersielt uavhengig portal med fullt informasjonstilbud for lån, kreditt og dagligbankjenester.

På tross av tilbudene som alt er der, kan arbeidsgruppen vanskelig se for seg en finansportal uten et informasjonstilbud for lån, kreditt og dagligbankjenester. Dette er enkle tjenester som egner seg for sammenligning, og som vi tror publikum vil forvente å finne. Disse tjenestene vil derfor generere trafikk til portalen, og følgelig være viktige også for trafikken til forsikrings- og sparetjenestene. Ved å stille til rådighet kvalitetssikrede rådata for ulike andre medier som kan presentere lister basert på de innrapporterte dataene, vil også trafikken til portalen kunne øke gjennom kildehenvisninger.

5.2 FORSIKRING

På forsikringsområdet vil forbrukerne etterspørre muligheter til å sammenligne premier og vilkår.

Med endringene i forsikringsavtaleloven har forbrukerne fra 2006 fått mulighet til å flytte forsikringen hele året. Det forventes at dette skal redusere barrierene for å bytte selskap, noe som igjen skal styrke konkurransen.

Forsikring er et komplisert produkt, og behovet for sammenligningsverktøy er derfor stort. På dette området finnes det ikke noe tilbud i dag, og finansportalen kan dermed tilby noe helt nytt ved å skape en mulighet til å sammenligne ulike forsikringstilbud.

Den store utfordringen for å utvikle et sammenligningsverktøy for forsikringsområdet er å skaffe tilveie nødvendig data. Arbeidsgruppen ser for seg to mulige alternativer for forsikringsdelen av portalen:

- a) Utvikling av et automatisert sammenligningsverktøy for både premier og vilkår.
- b) Utvikling av et sammenligningsverktøy for vilkår basert på manuell oppdatering.

Som vist i avsnitt 2.3.1 har bransjen i Danmark utarbeidet et sammenligningsverktøy av den første typen med både premie- og vilkårsammenligninger på noen utvalgte produkter. I Sverige (se avsnitt 2.2.2) har man valgt å gi kun sammenligninger av vilkår, men dette gjøres for langt flere forsikringstyper.

Automatisert sammenligningsverktøy

I den danske løsningen har bransjen kommet fram til et standardisert sammenligningsgrunnlag. FNH har uttrykt skepsis til en slik tilnærming, og mener dette er vanskelig av konkurransemessige hensyn. Utvikling av slike standardprodukter har også vært forsøkt i Norge tidligere, uten at dette har lyktes.

Produktstandardisering vil lette selve presentasjonen av vilkårene, men arbeidsgruppen tror ikke dette er en forutsetning for at man skal kunne utvikle et automatisert sammenligningsverktøy for både premier og vilkår. Hovedutfordringen er fortsatt å framskaffe det nødvendige datamaterialet som må til for å automatisere sammenligningene.

Denne typen sammenligninger krever nemlig at man kan hente nødvendige data direkte fra selskapenes systemer. Det er derfor en forutsetning at forsikringsbransjen slutter opp en slik løsning. Det kan tenkes at bransjen vil kunne ha to innvendinger. Den første er at selskapene ikke ser seg tjent med økt gjennomsiktighet i mar-

kedet, og av konkurransehensyn ikke ønsker å delta. Den andre innvendingen er at utviklingen av et slikt system vil kreve store investeringer, både eksternt og antakelig i selskapenes systemer. Til den første innvendingen vil arbeidsgruppen vise til at bransjen har fått til en løsning i Danmark, og at det derfor først og fremst er et spørsmål om vilje. Den andre innvendingen er mer relevant, i hvert fall hvis man bygger på erfaringene fra Danmark (se avsnitt 7.1.1). Det bør likevel anføres at det har skjedd mye på IT-fronten siden Forsikringsluppen.dk ble utviklet i 2000, og arbeidsgruppen antar at det vil være mulig å utvikle et integrert system billigere og enklere i dag enn for seks år siden. Dessuten er det klart at dersom man får på plass et automatisert sammenligningsverktøy, vil ressursbehovet til drift bli vesentlig redusert.

Et automatisert sammenligningsverktøy kan også generere data ved å kjøre spørringer direkte mot selskapenes nettsider. Man trenger da i mindre grad å basere utviklingsarbeidet på deltakelse fra selskapene. Dette forutsetter imidlertid at alle selskaper tilbyr premieberegninger på nett, noe som ikke er tilfelle i dag. En automatisert løsning bør derfor etter arbeidsgruppens vurdering primært søkes utviklet i samarbeid med bransjen.

Manuell vilkårsammenligning

Det andre hovedalternativet innenfor forsikringsområdet er at man utvikler et sammenlignings-system hovedsakelig basert på manuell oppdatering. Et slikt system tilbys i dag i Sverige, og her gis det hovedsakelig vilkårsammenligning. Svenskene har bevisst valgt å ha fokus på vilkårene, og begrunner dette med at det er vilkårene som utgjør det aktuelle produktet, og at disse er langt mer utilgjengelige enn premiene. Dersom forbrukerne lettere kan sammenligne produktenes kvalitet gjennom å sammenligne vilkårene, vil man også ha bedre grunnlag for å vurdere premiene. Ulempen med en slik tilnærming er naturligvis at den kan ta fokus bort fra premiene, med de følger dette kan ha for priskonkurransen.

For å kunne tilby forbrukerne gode vilkårsammenligninger må det bygges opp en database med selskapenes vilkår innenfor ulike forsikringstyper. Databasen må oppdateres og vedlikeholdes manuelt. Portalen må legge opp til at relevante dekningsområder for hver forsikringstype identifiseres og presenteres, og svarene må presenteres med enkelt og lett forståelig språk. I tillegg kan man tilby premiesammenligning for forsikrings-

typer hvor premiefastsettingen er enklere, for eksempel reiseforsikring.

En vilkårsdatabase vil ikke kreve de samme tekniske investeringene som et automatisert sammenligningsverktøy, og man får mindre utfordringer med datautveksling. Det vil imidlertid kreve betydelige investeringer knyttet til å bygge opp en vilkårsdatabase, slik man har gjort over 20 år i Sverige, og det kreves betydelige driftsressurser og kompetanse til å oppdatere og vedlikeholde basen. Dette kan imidlertid gjøres mer uavhengig av bransjen, og man er derfor ikke like avhengig av velvilje derfra for å realisere et tilbud på forsikringsmarkedet.

Oppsummering

I avsnitt 7.1 har arbeidsgruppen antydnet investeringsbehovet for de ulike løsningene. Det ligger imidlertid utenfor denne arbeidsgruppens mandat å utarbeide kostnadsoverslag for ulike tekniske spesifikasjoner. Ettersom valget mellom de to hovedalternativene på forsikringsområdet først og fremst avhenger av utviklingskostnadene for datautveksling, finner gruppen det vanskelig å anbefale klart hvilken av løsningene som er best egnet. Arbeidsgruppen foreslår at mulighetene for en automatisert løsning undersøkes nærmere før man tar et endelig valg.

5.3 SPARING

Når det gjelder ulike spareprodukter, vil behovet og utfordringene for *tradisjonell banksparing* være de samme som for lån og dagligbanktjenester. For øvrige spareprodukter, som *verdipapirfond*, *garanterte/strukturede produkter* og *forsikrings sparing* er imidlertid informasjonsutfordringene større. Forbrukerne vil kunne etterspørre både mulighet til å sammenligne ulike tilbud innenfor samme produktgruppe, og mulighet til å sette ulike spareformer opp mot hverandre. Dessuten vil behovet for kvalitativ informasjon om de ulike spareformene antakelig være stort.

I sparemarkedet er det i dag gratis tilgjengelige, private tilbud som et stykke på vei er til hjelp for forbrukerne. I hovedsak gjelder dette tilbudet for verdipapirfond, ettersom Verdipapirfondenes forening har utviklet et data- og klassifikasjons-system. Selv om VFFs tilbud ikke er rettet mot forbruker, bearbeider andre aktører stoffet for forbrukermarkedet. Noe av informasjonsbehovet er dermed dekket. Spareproduktene er dessuten kompliserte, og det vil derfor være særlig utfordrende å utvikle en portal som framstiller relevant

og nyttig informasjon på en brukervennlig måte. På den annen side er dette et område som får stadig større betydning for forbrukerne, ettersom bl.a. pensjonssparingen i økende grad kan komme til å bli privatisert. Mange forbrukere vil derfor ønske at en mulig finansportal i offentlig regi kan tilby god informasjon også på sparemarkedet.

Arbeidsgruppen ser for seg tre alternativer for en eventuell sparedel i en finansportal:

- a) Oppdatert informasjon om ulike spareprodukter
- b) Kun produktsammenligning
- c) Kombinasjon av a) og b).

Produktsammenligning på dette området er vanskelig. Avkastningen framover kan ingen si noe om, og det finnes ingen omforent standard for hvilke parametere som det er hensiktsmessig å sammenligne etter. På spareområdet er imidlertid den viktigste informasjonsutfordringen knyttet til kompleksiteten i produktene, og det er derfor neppe tilfredsstillende å tilby kun produktsammenligning uten god og oppdatert faktainformasjon. Finansportalen bør derfor helst kunne tilby begge deler.

Portalen bør få fram informasjon om bindingstid, risiko, skatteregler og hvilke valg forbrukeren har. Det bør også gis informasjon som gjør forbrukeren i stand til å forstå og kunne forholde seg til avkastningsberegningen de ulike produktene baserer seg på.

Når det gjelder data til produktsammenligning, er tilgangen god. For *verdipapirfond* har Verdipapirfondenes Forening (VFF) etablert et informasjons- og klassifikasjonsopplegg som gjengis på foreningens hjemmesider og som brukes aktivt av andre media. VFF er positive til en offentlig finansportal, og portalen vil kunne få tilgang til databasen som allerede eksisterer. Kostnadene med å skaffe til veie data for verdipapirfondene blir derfor små.

For *garanterte/strukturede produkter* (f.eks. børssparing med aksjeavkastning) og *forsikrings sparing* (f.eks. livrenter og IPA) finnes ikke samme klassifikasjonsopplegg som for verdipapirfondene. Markedsdata er imidlertid tilgjengelige, slik at det kan være mulig å utvikle sammenligningsparametere også for disse produktene.

Dersom det legges opp til produktsammenligning, blir spørsmålet hvordan man skal sammenligne. Arbeidsgruppen mener at det kan være et poeng å vri fokus bort fra historisk avkastning, og heller fokusere på kostnader. Dette gjøres for

eksempel i FSAs sammenligninger i Storbritannia. Arbeidsgruppen mener dette er en naturlig tilnærming også i en norsk løsning.

5.4 PRODUKTPAKKER

Blant banker og forsikringsselskaper blir det stadig mer vanlig å tilby ulike former for produktpakker. Gjennom fordelsprogrammer og total-kunderabatter søker finansforetakene å knytte kundene tettere til seg. Dette virker forlokkende for mange kunder, samtidig som det kan være vanskelig for den enkelte å fastslå hvor fordelaktig pakken virkelig er. Portalen bør derfor gi forbrukerne muligheten til å sammenligne de ulike pakke tilbudene og i tillegg sammenligne mot tilbud hvor man selv velger enkeltelementene.

For produktpakker satt sammen av bankprodukter vil den nødvendige informasjonen være tilgjengelig via de data som eventuelt samles inn for portalens tilbud på øvrige bankprodukter. Sammenligning av bankproduktpakker vil således ikke by på andre utfordringer enn å finne en hensiktsmessig måte å presentere sammenligningene på.

En del produktpakker inneholder imidlertid i tillegg til bankprodukter også andre finansielle produkter, som for eksempel forsikringer. Dersom en eventuell portal ikke tar sikte på å hente inn data som gjør premiesammenligninger mulig, jf. avsnitt 5.2 ovenfor, kan neppe produktpakker med forsikringsprodukter sammenlignes. Det samme vil gjelde for produktpakker hvor forbrukeren gis kvantumsrabatt for å samle flere forsikringsprodukter på et sted. Slike produktpakker bør det imidlertid kunne tas høyde for dersom man legger opp til et system som inkluderer premiesammenligning.

5.5 OMFANG – HELE ELLER DELER AV NÆRINGEN?

Ovenfor har vi pekt på de utfordringer, behov og muligheter arbeidsgruppen ser på de ulike produktområdene i finansnæringen. I dette avsnittet skal vi gi en vurdering av om det bør etableres en portal som omfatter alle de nevnte produktområdene, eller om enkelte deler av finansnæringen kan utelates.

Det ideelle ville selvsagt vært å gå ut bredt med flest mulig tjenester på alle områdene. En omfattende portal fra lansering vil imidlertid være ressurs- og tidkrevende. Mye tyder på at en mer realistisk tilnærming vil være at utviklingen av portalen skjer gradvis på alle områdene, eller at man fokuse-

rer på deler av produkt- og tjenestespekteret.

Vi skal i det følgende se på to alternative tilnærminger:

- a) Det gis tilbud for kun deler av finansmarkedet, men man går mer i dybden og dekker område(ne) grundigere.
- b) Hele næringen dekkes, men antallet tjenester fra hvert produktområde begrenses.

De to alternativene drøftes henholdsvis i avsnitt 5.5.1 og 5.5.2, før arbeidsgruppens anbefaling presenteres i avsnitt 5.6.

5.5.1 Deler av næringen – fordeler og ulemper

Finansportalen kan utvikles med tanke på å gi et informasjonstilbud kun for deler av finansmarkedet. Til gjengjeld vil man da kunne gå mer i dybden og dekke det aktuelle området eller de aktuelle områdene grundigere.

Velger man en tilnærming med kun deler av finansmarkedet, bør man gå bort fra tanken om en felles finansportal. Det vil være vanskelig å utvide en felles finansportal med for eksempel banktilbud dersom man først har etablert et nettsted med kun forsikring.

I stedet bør man søke å utvikle egne nettsteder for de områdene som har det største informasjonsunderskuddet. Fordelen med en slik tilnærming er at man kan gi økt nytte for de forbrukerne man treffer ved at man kan spisse nettstedet inn mot de aktuelle produktene. Produktene i markedet er ulike, og mange forbrukere tenker ikke på bank og forsikring som produkter i samme næring. Dermed kan man profilere det aktuelle området sterkere og treffe de potensielle brukerne mer direkte.

Ulempen med en eller flere enkeltnettsted(er) er at den enkelte forbrukers bruk kan bli så sjelden at det enkelte nettsted ikke vinner innpass i forbrukernes bevissthet.

Hvilke deler av næringen som eventuelt bør prioriteres ved en slik tilnærming, bør avgjøres ut fra hvilke informasjonstilbud som allerede eksisterer, hvor stort informasjonsbehovet anses å være og hvordan nettstedet kan antas å løse informasjonsbehovet.

Etter arbeidsgruppens vurdering bør eventuelt følgende prioritering legges til grunn:

1. Forsikring
2. Lån, kreditt og dagligbanktjenester, inkl. produktpakker
3. Sparing

Forsikring

På forsikringsområdet finnes det i dag, etter hva arbeidsgruppen kjenner til, ingen sammenligningsmuligheter. Det er derfor et poeng at dette etableres. Det vil riktignok være store datautfordringer knyttet til premiesammenligninger, se avsnitt 5.2 ovenfor, men selv om man kun etablerer vilkårsammenligning, vil dette være en kraftig forbedring. Arbeidsgruppen mener derfor at et godt tilbud på forsikringssiden bør prioriteres.

Lån, kreditt og dagligbanktjenester, inkludert produktpakker

Dette området er som nevnt relativt godt dekket i dag. Behovet for et nytt nettsted for sammenligning av banktjenester er dermed mindre enn for sparemarkedet og forsikring.

På den andre siden vil rente og gebyrsammenligninger være et enkelt område for forbrukerne, som antakelig vil generere mye trafikk. Denne typen tjenester kan enkelt tilbys ettersom de tekniske løsningene allerede finnes. Tilbudet kan dessuten utvides noe i forhold til det som finnes i dag. Dessuten kan man effektivisere og kvalitetssikre det samlede informasjonstilbudet, gjennom at nødvendige rådata samles inn én gang og gjøres tilgjengelig for andre aktører.

Sparing

Spareområdet får stadig større betydning for forbrukerne, ettersom bl.a. større deler av pensjonssparing kan komme til å bli privatisert. Behovet for en nøytral informasjonskilde som kan veilede forbrukerne i dette markedet, er derfor stort. Det finnes dessuten tilrettelagte databaser som portalen kan dra nytte av, noe som innebærer at kostnadene med å framskaffe og vedlikeholde data vil være lave. Alt dette taler for at spareområdet prioriteres.

Spareområdet er imidlertid komplisert og produktsammenligning vanskelig. Det vil således være en stor utfordring å etablere en informasjonsportal for dette området som gir forbrukerne nødvendig informasjon på en lett tilgjengelig måte. Det finnes dessuten løsninger i dag som langt på vei er til nytte og hjelp for forbrukere som er interesserte. Alt dette taler mot at dette området prioriteres.

5.5.2 Hele næringen – fordeler og ulemper

Ser vi på muligheten til å inkludere hele finansnæringen i en felles finansportal, kan man markedsføre portalen som et altomfattende

tilbud for finansmarkedene. En bredere portal vil få flere bein å stå på, og vil kunne få tyngde i markedet fra dag én. Sannsynligheten for at besøkende finner nyttig informasjon øker, noe som øker sannsynligheten for at de kommer tilbake. Kan forbrukerne få dekket flere behov på samme nettsted, vil portalen lettere etableres i forbrukernes bevissthet, noe som vil ha betydning for portalens suksess. Lykkes man å skape bevissthet rundt portalen, vil nytteverdien kunne øke ved at den bygges ut med nye tjenester etter hvert.

En portal for hele næringen vil av ressurs-hensyn antakelig måtte gi et selektert tilbud fra starten. Ulempen kan da være at nytteverdien for forbrukerne som besøker portalen, kan bli for liten. Hvis man for eksempel ønsker rentesammenligning på billån, og man ikke finner dette, hjelper det lite at man kan finne informasjon om spareprodukter på det samme nettstedet. En bred tilnærming fordrer derfor at man tilbyr basistjenester som treffer mange forbrukere.

Det vil være naturlig å spørre hvilke tjenester som bør prioriteres på hvert område.

Lån, kreditt og dagligbanktjenester

Av banktjenester bør portalen ved lansering som et minimum tilby mulighet til å sammenligne dagligbanktjenester og boliglånrenter. Enkel faktainformasjon om ulike lånetyper osv. bør også være på plass fra starten. Portalen bør også kunne tilby informasjon som gir mulighet til å sammenligne både totalkundekonsepser og enkelttjenester.

En fullt utbygd finansportal bør også inneholde sammenligningsmuligheter og informasjon om billån, forbrukslån og kredittkjøp. Dette er imidlertid tjenester som kan tilbys etter hvert, og som ikke trenger å være på plass fra dag 1.

Forsikring

Enten man velger å utvikle en automatisert sammenligningsløsning eller en vilkårsdatabase med manuell oppdatering kan tilbudet utvikles gradvis. Man bør starte med de vanligste forsikringsformene, for eksempel bil-, innbo-, hus- og reiseforsikring. Andre forsikringer, som båt, MC, fritidsbolig, ulykkesforsikringer osv. kan tilføyes etter hvert.

Sparing

På spareområdet vil det være viktig å få på plass mye relevant faktainformasjon allerede

fra starten. Dessuten kan sammenligning av ulike verdipapirfond enkelt tilbys ved lansering, ettersom den grunnleggende databasen allerede er utviklet av Verdipapirfondenes forening. Også informasjon om rentebetingelser på ulik banksparing bør med, og bør eventuelt ses i sammenheng med totalbankkonseptene på bankområdet.

Når det gjelder sammenligning av andre, mer kompliserte spareprodukter, som garanterte/strukturerte produkter og forsikringssparing, kan dette utvikles etter hvert. Her vil utfordringen først og fremst være å etablere gode sammenligningsgrunnlag, samt å informere om produktenes ulike egenskaper.

5.6 KONKLUSJON

Arbeidsgruppen anbefaler en bred tilnærming hvor hele næringen dekkes framfor en tilnærming med kun deler av næringen.

Hovedargumentene for en bred tilnærming er etter arbeidsgruppen vurdering at:

- Portalen kan markedsføres som en altomfattende finansportal.
- Utbygging i dybden er lettere enn utbygging i bredden.

I rapporten "Informasjonstilbudet til sluttbrukere i finansmarkedet" (2004) har man lagt til grunn at det bør utarbeides én felles finansportal. Denne arbeidsgruppen mener også dette er en fornuftig tilnærming. Dette er nytt og vil bidra til at forbrukerne lettere får tilgang til sammenligningsverktøy for ulike deler av finansnæringen. En bred portal vil dekke flere behov og dermed lettere etableres i forbrukernes bevissthet. For enkeltnettsteder kan derimot den enkelte forbrukers bruk bli så sjelden at nettstedet ikke på samme måte vinner innpass i forbrukernes bevissthet.

Det viktigste argumentet for å velge en smal løsning, er at man da kan fokusere på områder som ikke er dekket i dag. I praksis betyr det at man kan nøye seg med å utvikle et nettsted med forbrukerinformasjon om forsikring. Dette vil ikke være så ressurskrevende som en full løsning, og man unngår problematikken knyttet til at offentlige tilbud konkurrerer mot eksisterende private løsninger. Arbeidsgruppen mener likevel at fordelene med en fellesportal i offentlig regi, som omfatter både vanlige banktjenes-

ter, forsikring og sparing, og som har høy troverdighet, er verdiøkende i seg selv for forbrukerne. En slik løsning kan tilby kvalitetssikrede rådata til eksisterende, private informasjonsløsninger og dermed tilføre dette segmentet verdifulle rådata.

Arbeidsgruppen vil understreke at en bred tilnærming ikke forutsetter at alle tjenester på alle områder må være på plass fra lansering. En slik tilnærming åpner for at man kan starte med de mest etterspurte tjenestene på hvert område, for så å utvide antall sammenligningsmuligheter etter hvert. Arbeidsgruppen tror dette er en mer fleksibel løsning enn en løsning hvor man velger å fokusere på ett eller to områder. Fokuserer man på ett og ett område, vil man etter arbeidsgruppens vurdering måtte gå bort fra ideen om en felles finansportal, og da måtte utvikle separate nettsteder for hhv. forsikring, bankpriser og spareprodukter.

Innenfor hvert enkelt produktområde mener arbeidsgruppen at følgende tjenester bør være på plass fra begynnelsen:

Lån, kreditt og dagligbanktjenester

- Gebysammenligninger brukskonto
- Boliglånsrenter
- Totalbankkonsepter

Forsikring

- Reiserforsikring
- Bilforsikring
- Hus- og innboforsikring

Sparing

- Høyrentekontoer bank
- Verdipapirfond

6 EIERSKAP OG DRIFTSANSVAR

Arbeidsgruppen har som mandat å vurdere ulike alternativer for hvem som skal ha eierskap til og driftsansvar for en mulig finansportal, og hvordan eierskap og driftsansvar kan organiseres. Vi vil i dette kapitlet drøfte de mest aktuelle alternativene både når det gjelder eierskap og driftsansvar.

Arbeidsgruppens anbefalinger baserer seg på erfaringer fra andre informasjonsportaler og nettstedet i Norge og i utlandet (se kapittel 2), og på innspill fra bransjen.

6.1 EIERSKAP

Mange ulike former for eierskap har vært representert blant de portalløsningene som er studert. Vi har sett på:

- Rent kommersielle løsninger (Mybanker.dk, DinSide.no, DinePenger.no),
- Tilsynseide løsninger (Telepriser.no, Konkurrentilsynets kraftdatabase, FSA),
- Samarbeidsløsning (Matportalen.no)
- Stiftelser (Konsumenternas Bank- og Finansbyrå og Konsumenternas Försäkringsbyrå)
- Bransjeløsninger (Forsikringsluppen.dk, VFF.no).

Arbeidsgruppen går ikke nærmere inn på muligheten for kommersielle løsninger, ettersom det ligger utenfor offentlige organers mulighet til å påvirke. Det foreligger i dag private løsninger som dekker mye av bankmarkedet og verdipapirfond, og flere av disse er gratis tilgjengelig for alle forbrukere. Ingen private aktører har imidlertid i dag en portal som dekker forsikring, og følgelig finnes det ikke private løsninger for hele finansnæringen.

For en felles informasjonsportal for hele finansnæringen har arbeidsgruppen vurdert tre hovedalternativer for eierskap:

- Kredittilsynet, Forbrukerombudet og Forbrukerrådet; enten én eller flere av disse
- Bransjeløsning(er)
- Samarbeidsløsning

6.1.1 Kredittilsynet, Forbrukerombudet og/eller Forbrukerrådet

Initiativet til å utrede muligheten for å opprette en finansportal ble tatt av arbeidsgruppen opp-

nevnt av Kredittilsynet, Forbrukerombudet og Forbrukerrådet, som skrev "Innformasjonstilbudet for sluttbrukerne i finansmarkedet" (2004). Det kan således virke naturlig at en eller flere av disse står som eier av portalen.

Kredittilsynet

Kredittilsynet har god bransjekunnskap og faglig tillit i bransjen. I Norge har tilsyn innen andre fagområder opprettet informasjonsportaler og nettstedet for forbrukerne. Søsterorganisasjonen Financial Services Authority (FSA) i Storbritannia har forbrukerinformasjon som en av sine hovedoppgaver. Således kan man se på dette som en naturlig oppgave også for Kredittilsynet.

Tradisjonelt har Kredittilsynet søkt ivaretagelse av forbrukernes interesser ved indirekte beskyttelse gjennom regulerte markeder og sikring av soliditeten til institusjonene i finansmarkedet. Kredittilsynet i Norge har dermed ingen tradisjon for dedikert forbrukerfokus. Dette kan løses ved at det kommer inn forbrukerkompetanse i styret og/eller redaksjonsrådet. Men ettersom informasjon til forbrukerne i finansmarkedene er en oppgave som så langt ligger utenfor tilsynets kjernevirksomhet, kan et eierskap til en slik portal bli sett på som lite nyttig for tilsynet, noe som igjen kan føre til manglende interesse for oppgaven internt. Kredittilsynet har imidlertid i høringsdokumentet "*Mål og rapportering – et innspill til Kredittilsynets neste strategiplan*" (desember 2005) reist spørsmålet om Kredittilsynet bør ha et større engasjement når det gjelder forbrukerspørsmål.

Forbrukerombudet

Forbrukerombudet har ikke bransjekunnskap på samme nivå som Kredittilsynet, men har til gjengjeld bedre erfaring med kommunikasjon med forbrukerne. Ombudet er imidlertid en liten organisasjon som vanskelig kan eie en finansportal alene.

Forbrukerrådet

Forbrukerrådets styrke er, som for Forbrukerombudet, først og fremst forbrukerkompetanse. Forbrukerrådet har imidlertid ikke tung bransjekunnskap, og vil som interesseorganisasjon ikke ha samme faglige tillit i bransjen som tilsynsmyndigheten. Dette kan bl.a. gi seg utslag i en motvilje mot å levere data til en portal. Arbeidsgruppen mener imidlertid at bransjen gjennom forskrift gitt med hjemmel i markedsføringsloven

også bør kunne pålegges å rapportere nødvendige data til en portal som er underlagt Forbrukerrådet (se kapittel 8).

Verken Kredittilsynet, Forbrukerombudet eller Forbrukerrådet har alene den nødvendige kompetansen som en eier bør ha. Dette kan søkes oppveid ved kompletterende kompetanse i et portalstyre eller gjennom et redaksjonsråd.

Ingen av de tre organisasjonene har imidlertid i dag ressurser som kan frigjøres til å eie og drive en portal alene. Arbeidsgruppen tror derfor det er lite realistisk at en av de tre organene alene kan stå som eier av portalen.

Delt eierskap

Delt eierskap ved at organisasjonene eier portalen sammen kan derfor være et nærliggende alternativ. Deler av bransjen har imidlertid uttrykt skepsis til at en interesseorganisasjon som Forbrukerrådet er med på eiersiden, uten at bransjen selv er representert. Bransjen mener i tilfelle at et eierskap med de to tilsynene er mer aktuelt, men uttrykker på generelt grunnlag skepsis til det offentlige evne til kostnadsfokus. Denne skepsisen gjør seg særlig gjeldende dersom det forutsettes at bransjen selv skal bidra til eller stå for hele finansieringen av portalen.

Arbeidsgruppen mener at Kredittilsynet, Forbrukerombudet og Forbrukerrådet til sammen har den nødvendige kompetansen som en eier av portalen bør ha. En fellesløsning for eierskapet vil dessuten sikre nødvendig kommersiell uavhengighet. En slik samarbeidsløsning forutsetter imidlertid vilje til å delta også i finansieringen av portalen, ettersom det antakelig vil være vanskelig å få bransjen med på et spleiselag uten at de selv er med som eiere eller eventuelt i et styre.

6.1.2 Bransjeeid informasjonsportal

For finansnæringen kan det være et alternativ å opprette en egen portal. Det vil først og fremst være for bank- og forsikringsbransjen det kan være aktuelt å opprette nye tilbud, ettersom Verdipapirfondenes forening allerede har opprettet et informasjonstilbud som gir mulighet for sammenligning av verdipapirfond.

Næringsorganisasjonene har en nærhet til tilbyderne som Kredittilsynet, Forbrukerrådet og Forbrukerombudet ikke har, og de har høy kompetanse på marked, produkter og tekniske løsninger som kan knyttes sammen i en portal. Bransjefokus kan imidlertid gjøre at tilbudet ikke blir rettet inn mot å øke transparensen og dermed økt

kundemobilitet og konkurranse. Internt kan det vise seg å oppstå interessekonflikter, for eksempel mellom de store og de små tilbyderne.

Verdipapirfondenes forening (VFF) har lyktes med å etablere et data- og klassifikasjonstilbud som, i tillegg til å presenteres på foreningens egne sider, benyttes som kilde av flere aktører som tilbyr informasjon om verdipapirfond. VFF har et særlig fokus på at det er nødvendig med transparens i markedene for verdipapirfondene, og foreningen har stilt seg positive til at deres informasjonsopplegg leverer data til en offentlig finansportal.

Sparebankforeningen har uttrykt skepsis til behovet for en portal som sammenligner bankenes tilbud, og har bl.a. vist til at det allerede i dag eksisterer informasjonstilbud som gjør at forbrukerne kan sammenligne bankproduktene. Viljen til å opprette et slikt tilbud selv vil derfor trolig være begrenset.

I alle tilfeller tror arbeidsgruppen det vil være uheldig dersom en bransjeløsning blir løsningen for det norske bankmarkedet. Erfaringene både fra Sverige og Danmark viser, etter arbeidsgruppens syn, at banknæringen der stort sett har bidratt med lite forbrukervennlige informasjonsportaler om bankmarkedet. Tydeligst er eksempelet Pengeinstitutternespriser.dk fra Danmark, som fram til nå har vært banknæringen i Danmarks informasjonstilbud til forbrukerne. Dette nettstedet inneholder prislister til samtlige rundt 150 pengeinstitutter i Danmark, men forbrukerne gis ingen mulighet til å sammenstille de ulike bankenes tilbud. Nettstedet er dermed nærmest verdiløst for forbrukere som ønsker en enkel metode for å sammenligne ulike bankers tilbud. Nettstedet er nå erstattet av Pengepriser.dk, som Finansrådet (bransjeorganisasjon) har opprettet i samarbeid med Forbrukerrådet (lansert 26. januar 2006). Heller ikke dette nettstedet er, etter arbeidsgruppens vurdering, en optimal løsning (se avsnitt 2.3.3).

Forsikringsbransjen i Sverige og Danmark har stilt seg mer positiv til informasjonstilbud på Internett. Bransjen er en proaktiv deltaker i styret i Konsumenternas Försäkringsbyrå i Sverige, og i Danmark har bransjen selv etablert Forsikringsluppen. Hvis dette har overføringsverdi til Norge, vil muligheten for at forsikringsbransjen ser nytten av å gi norske forbrukere sammenligningsverktøy være større enn for banknæringen.

Arbeidsgruppen tror likevel ikke det er optimalt at det overlates til næringen alene å utforme nettbaserte informasjonstilbud. Til-

bud utviklet av næringen vil vanskelig oppnå tilstrekkelig uavhengighet til tilbyderne, som er nødvendig for å skape troverdighet hos forbrukerne. Næringen kan også hemmes av manglende muligheter for å utforme nødvendige hjemler og regelverk for innhenting av data fra tilbyderne av finansielle produkter og tjenester. Det vil sannsynligvis også være vanskelig å bygge én felles finansportal, ettersom interessene for de ulike delene av næringen vil være ulike, også for aktører innen samme markedsegment.

6.1.3 Samarbeid – anbefalt løsning

På bakgrunn av vurderingene arbeidsgruppen har gjort, anbefales derfor en samarbeidsløsning mellom Kredittilsynet, Forbrukerombudet, Forbrukerrådet og finansnæringen.

Arbeidsgruppen anbefaler at eierskapet organiseres som en selvstendig enhet, for eksempel en stiftelse. Dette vil synliggjøre portalens uavhengighet, og tydeliggjøre en selvstendig stilling. Gjennom å formalisere samarbeidet i for eksempel en stiftelse, tydeliggjøres eiernes forpliktelser, og man unngår at portalen oppfattes som en del av en enhet som hovedsakelig har andre oppgaver.

Eierorganisasjonen bør ha et styre bestående av representanter fra de deltakende organisasjonene. Den vil gjennom styret få ansvaret for det nødvendige utviklingsarbeidet for å få portalen på plass. Det må opprettes en prosjektorganisasjon med nødvendig kompetanse til å utvikle portalens innhold, struktur og tekniske løsninger. De tekniske løsningene bør primært kjøpes eksternt, mens den interne prosjektgruppen må stå for struktur og innhold.

Når driften kommer i gang, bør eieren etter arbeidsgruppens vurdering ha redaktøransvaret og juridisk ansvar for innholdet. Det kan imidlertid også opprettes et redaksjonsråd som deltar og bidrar i viktige redaksjonelle beslutninger. Behovet for personalressurser i driftsfasen vil avhenge av hvilket omfang portalen gis, og hvilken driftsorganisering man velger. Dette vil vi se nærmere på i neste avsnitt.

6.2 DRIFTSANSVAR

I alle de portalene arbeidsgruppen har sett, er eierskap og driftsansvar identiske. Riktignok benytter flere seg av underleverandører for deler av tjenesten, men ansvaret for utforming av informasjonstilbudet ligger hos eieren i siste instans.

Arbeidsgruppen finner det naturlig at eieren har det overordnede redaksjonelle og juridiske ansvaret for portalen. Driften kan imidlertid organiseres på flere måter. Hvilken form man velger, vil bl.a. avhenge av portalens omfang.

Arbeidsgruppen ser for seg to hovedretninger for driftsorganisering:

- 1) Egen driftsorganisasjon med fast ansatte der man utfører de fleste funksjonene selv eller
- 2) en organisering der man i tillegg i større grad baserer seg på underleverandører. Etter alt å dømme vil det være nødvendig å kombinere disse formene.

Fordelen med å drifte portalen gjennom underleveranser er at man kan minimere administrasjonskostnadene. Fordelen ved en større driftsorganisasjon med flere egne ansatte som står for den daglige driften, er at disse vil være dedikerte til oppgaven. De vil ha fokus på utvikling av portalen, og kan måles på hvordan portalen blir møtt hos forbrukerne. Dette gir klare insentiver til å sikre god og presis oppdatering, og til å utvikle portalen i tråd med endringer i markedene.

Den viktigste ulempen med en egen driftsorganisasjon er at det vil være knyttet ekstra administrasjonskostnader ved en så liten organisasjon. Det kan også være at organisasjonen blir så vidt begrenset at det blir vanskelig å rekruttere og holde på kompetente medarbeidere. Begge disse innvendingene kan reduseres ved at man knytter driftsorganisasjonen til et av miljøene bak stiftelsen, for eksempel ved samlokalisering (i en av bransjeorganisasjonene eller hos øvrige aktører).

6.2.1 Anbefalt modell

Arbeidsgruppen anbefaler at eieren ansetter medarbeidere i en egen driftsorganisasjon. Arbeidsgruppen mener gevinsten i form av egne dedikerte medarbeidere kan forsvare økte administrasjonskostnader. Arbeidsgruppen mener likevel at man selv med egen driftsorganisasjonen bør vurdere å sette ut deloppgaver der det er hensiktsmessig. Dette betyr at man der det er hensiktsmessig baserer seg på gjenbruk av data fra aktuelle leverandører (Verdipapirfondens Forening, Forsikringsklagekontoret m. fl.).

6.3 KONKLUSJON

Når det gjelder eierskap og driftsansvar anbefaler arbeidsgruppen følgende:

- Portalen eies av en selvstendig enhet organisert for eksempel som en stiftelse, som opprettes i samarbeid mellom Kredittilsynet, Forbrukerombudet, Forbrukerrådet og aktuelle bransjeorganisasjoner.
- Eieren organiserer en prosjektgruppe med ansvar for utvikling av portalens tekniske løsninger, struktur og innhold
- Eieren organiserer en egen driftsorganisasjon som får det daglige driftsansvaret for portal. Det vurderes om deloppgaver kan settes ut.

7 FINANSIERING

I mandatets del I skal alternative finansieringskilder både for utvikling og løpende drift undersøkes. Nøyaktige kostnadsoverslag skal først utarbeides i Del II dersom det besluttes å gå videre i arbeidet med å etablere en finansportal.

Denne arbeidsgruppen har i tråd med mandatet ikke utarbeidet kostnadsoverslag for finansportalen. Vi kan dermed ikke gi et presist anslag for ressursbehovet. Vi vil imidlertid i avsnitt 7.1 antyde hvilket behov vi ser for oss ved ulike alternative omfang. Anslagene vil være basert på erfaringer fra andre portalløsninger.

I avsnitt 7.2 vil vi se nærmere på alternative finansieringskilder.

7.1 FINANSIERINGSBEHOV

I dette avsnittet presenterer arbeidsgruppen kostnadsoverslag for de ulike delene av portalen både med hensyn til utvikling og drift. Særlig i forhold til utviklingskostnadene må dette bare anses som et foreløpig utgangspunkt, som eventuelt må utredes nærmere i Del II av forprosjektet.

7.1.1 Utvikling

I utviklingsfasen vil det være behov for ressurser til innkjøp av IT-kompetanse til de tekniske løsningene, samt interne arbeidsressurser til bestillingshåndtering, struktur og innhold.

Blant de portalene vi har besøkt, ble det fra Post- og Teletilsynet opplyst at de har brukt 1,85

millioner kroner til ekstern konsulenthjelp for utvikling og to oppdateringer. Internt gikk det med 2,5 årsverk i prosjektperioden, som strakk seg over ca. 6 måneder. Dinside.no opplyser for øvrig at de til sammenligning kun brukte om lag 250.000 kroner til utvikling av sin mobilkalkulator.

Konkurransetilsynet har en selvutviklet løsning og oppgir at ca 0,3 årsverk for egen programutvikler ble brukt. Matportalen hadde ikke anslag for interne arbeidskraftressurser, men brukte rundt 1,5 millioner kroner på systemutviklingen.

Lån, kreditt og dagligbanktjenester

Etter arbeidsgruppens vurdering vil ikke behovet for ressurser til IT-løsninger for aktuelle bankkalkulatorer nødvendigvis være høyere enn for Telepriser.no. Teknologien som er nødvendig er kjent og utviklet, og kan i stor grad kjøpes hos eksterne leverandører. Det vil således ikke være snakk om det store utviklingsarbeidet. Sammenlignet med Telepriser.no tror imidlertid arbeidsgruppen at behovet for interne ressurser kan være noe høyere, ettersom det kan være nødvendig med noe mer ressurser til parameterutvikling. Det må også legges ressurser i å sørge for en effektiv innrapportering og å få på plass grunnleggende faktainformasjon, slik det også ble gjort i forbindelse med utviklingen av Telepriser.

Sparing

På spareområdet, og særlig for verdipapirfond, vil det ikke være det store behovet for teknisk utvikling, ettersom database og system for innrapportering alt eksisterer. En eventuell finansportal må betale noe for tilgangen til dataene, og ellers utvikle et grensesnitt for presentasjon. Dette bør kunne legges inn som en del av utviklingen av bankkalkulatorene. På spareområdet vil imidlertid det finansfaglige være sentralt, og det vil derfor være nødvendig med 1-2 årsverk for utvikling av det informasjonstilbudet som skal gis.

Forsikring

Forsikringsområdet vil være de tjenestene der ressursbehovet til utvikling antakelig vil være størst. Arbeidsgruppen har vurdert to alternativer (se avsnitt 5.2).

I Danmark utviklet Forsikring & Pension et automatisert sammenligningsverktøy i 2000 (se kapittel 2). Hos F&P jobbet 6 personer med prosjektet internt, og de antydte at IT-investeringene hos selskapene beløp seg på rundt 30 millioner

DKK. De mente imidlertid det var vanskelig å anslå hvor mye av dette arbeidet som ville blitt gjennomført uavhengig av Forsikringsluppen. I tillegg brukte bransjen betydelige ressurser til møtevirksomhet i forbindelse med utviklingsarbeidet.

Arbeidsgruppen tror at en tilsvarende løsning i Norge kan utvikles til en lavere kostnad. Det har skjedd mye på IT-sektoren siden 2000, og de tekniske problemene man støtte på i Danmark, er antakelig enklere og rimeligere å løse i dag. Kostnaden for denne løsningen må eventuelt utredes nærmere. Det må imidlertid understrekes at en klar fordel med denne tilnærmingen er at driftskostnadene vil bli lave.

I Sverige har man på forsikringsområdet valgt en løsning med kun vilkårssammenligning basert på manuell oppdatering av databasen. IT-løsningen som sammenligningene presenteres i, kostet i 1995 om lag 1 million SEK. Innholdet i databasen er imidlertid utviklet gjennom 20 år med vilkårssammenligning. Det vil således være et omfattende arbeid å få dette på plass også i Norge.

Forsikringsklagekontoret, som er det norske motstykket til Konsumenternas Försäkringsbyrå, har anslått at det trolig vil gå med to årsverk for å få på plass en vilkårsdatabase for reiseforsikring. Dette kan tyde på at det må legges til grunn ca. 2 årsverk per forsikringstype som skal sammenlignes. Dersom man legger til grunn at det bør være 2-3 forsikringsområder på plass når portalen lanseres, vil det være nødvendig med 4-6 årsverk for å få på plass den nødvendige databasen. Ambisjonsnivået kan selvsagt legges både høyere og lavere fra starten.

7.1.2 Konklusjon

Oppsummerer vi dette kan vi antyde følgende:

- Inntil 2 millioner for teknisk utvikling av bankkalkulatorer og grensesnitt verdipapirfond
- 4-5 årsverk for utvikling av struktur og innhold
- Forsikring, automatisert løsning:
 - o Kostnadsoverslag bør utarbeides i Del II
- Forsikring, manuell løsning:
 - o Inntil 1 million for teknisk løsning for sikringsvilkår
 - o 4-6 årsverk for oppbygging av vilkårsdatabase

Arbeidsgruppen anbefaler at portalens eier oppretter et utviklingsprosjekt som står ansvarlig for utviklingsarbeidet. Det bør også påregnes noen ressurser til prosjektadministrasjon.

7.1.3 Drift

Ressursbehovet til driften vil dels være avhengig av hvor effektive datainnsamlingssystemer som utvikles, og dels omfanget av portalen.

For kalkulatoren som viser rente- og gebyrsammenligninger for dagligbanktjenester, lån og kreditt og eventuelt bankproduktpakker, vil de portalinterne driftkostnadene kunne bli lave dersom det blir utviklet en effektiv egenrapportering eller automatisk innhenting av data. Post- og teletilsynet bruker 0,5 årsverk til Telepriser.no, og Konkurransetilsynet antyder 0,1-0,2 årsverk for sin kraftdatabase. Begge portalene baserer seg på innrapportering fra tilbyderne. Mybanker.dk bruker derimot rundt 2 årsverk for sin oppdatering, men denne krever mer manuell kontroll ettersom bankene selv ikke rapporterer. Arbeidsgruppen legger til grunn at man for kontroll av innrapporterte data til bruk i bankkalkulatoren vil trenge 0,5-1 årsverk.

Årsverkressursen vil også kunne administrere data som er nødvendig for produktsammenligning på spareområdet. På dette området kan det imidlertid være vel så viktig å ha oppdatert faktainformasjon tilgjengelig på portalen. Dersom man ønsker å tilby dette, vil det være nødvendig med 1-2 årsverk som produserer og kvalitetssikrer denne.

På forsikringsområdet ville en automatisert premie- og vilkårssammenligning à la Forsikringsluppen.dk, som henter data online direkte fra selskapenes systemer, trenge minimale ressurser til oppdatering. Det vil neppe være nødvendig med ressurser utover det som brukes til oppdatering av de øvrige kalkulatoren. For en vilkårsammenligning basert på manuell oppdatering bør det imidlertid settes av 2-3 årsverk for oppdatering og videreutvikling.

7.1.4 Konklusjon

Oppsummerer vi dette kan vi antyde følgende når det gjelder driftsutgifter:

- Oppdatering av bankkalkulatorer, verdipapirfondsdata og eventuelt en automatisert forsikringsdatabase: 0,5-1 årsverk
- Produksjon av oppdatert faktainformasjon: 1-2 årsverk
- Oppdatering og utvikling av en database for forsikringsvilkår basert på manuell oppdatering: 2-3 årsverk.

7.2 FINANSIERINGSKILDER

For å realisere finansportalen vil det være nødvendig å finansiere et utviklingsprosjekt samt å

sikre stabil driftsfinansiering. Finansieringen av de to fasene må ikke nødvendigvis komme fra samme kilde(r).

Hvilke prinsipper som legges til grunn for eierskap og driftsansvar for en eventuell finansportal vil være retningsgivende for hvordan utvikling og drift bør finansieres. Gjennomgangen av mulige finansieringskilder og bidragsyttere nedenfor knytter seg ikke direkte opp mot arbeidsgruppens anbefaling hva angår opprettelse av en stiftelse som skal eie en finansportal. Arbeidsgruppen ser det slik at det eksisterer et sett av mulige bidragsyttere og at finansieringen kan ha sitt grunnlag i ulike kombinasjoner av bidrag fra de ulike yterne.

I tillegg til finansielle bidrag, kan bidrag til portalen være ressurser i form av kompetanse.

7.2.1 Utvikling

Det faller utenfor denne gruppens mandat å utarbeide nøyaktige overslag for hva det vil koste å utvikle en finansportal. Det er dessuten nødvendig å treffe en del beslutninger før dette kan gjøres, blant annet om hvilke produkter og tjenester som skal omfattes, og hvilke tekniske løsninger det skal satses på. Et foreløpig anslag finnes i avsnitt 7.1.1.

Arbeidsgruppen ser fire finansieringskilder som kan være aktuelle alene eller i ulike kombinasjoner:

- Finansmarkedsfondet
- Egen finansiering over statsbudsjettet
- Bransjen
- Kredittilsynet, Forbrukerombudet og/eller Forbrukerrådet

Finansmarkedsfondet

Finansmarkedsfondet ble opprettet etter salg av blant annet Oslo Børs og Verdipapirsentralen (VPS). Finansmarkedsfondets formål er å yte støtte til forskning, utdanning og allmennopplysning innenfor finansmarkedsområdet. Den årlige avkastningen er beregnet til om lag 10 millioner kroner. Privatpersoner, organisasjoner og ulike institusjoner kan søke tilskudd fra Finansmarkedsfondet.

Følgende kriterier ligger til grunn for beslutning om tildeling:

- Tildeling kan tilgodese formål innen virksomhetsområder som omfatter verdipapirmarkedet, herunder børser og autorisert markeds plass samt

registrering- og oppgjørsvirksomhet for finansielle instrumenter. Videre kan formål innen bank- og forsikringsvirksomhet, det øvrige finansmarkedet, samt regnskap og revisjon tilgodeses.

- Tildeling kan skje til forskning, utdanning eller samfunnsopplysning om finansmarkedets virkemåte og betydning, herunder prosjekter mv. knyttet til systemsvakheter, etikk og god forretningskikk innenfor de aktuelle områder, samt forbrukerinteresser.

Fondet bevilget ved siste runde til sammen 11,7 millioner for 2006. I utgangspunktet skal midlene fordeles 50/50 til henholdsvis forskningsprosjekter og allmennopplysningsprosjekter. Hittil har det vært bevilget forholdsvis lite til allmennopplysningsprosjekter og fondet ønsker nå å stimulere flere av denne type søknader ved å gå ut med informasjon for å få fram gode søknader. Det er gode muligheter for at det kan være midler å hente til utvikling av en finansportal. Arbeidsgruppen vil anbefale at det utarbeides en søknad til Finansmarkedsfondet innen søknadsfristen 8. juni 2006.

Finansmarkedsfondet kan ikke bidra til løpende drift, slik at denne kilden bare vil være aktuell for utvikling av portalen. Man kan likevel se for seg at det kan søkes om utviklingsmidler flere år på rad. Det kan også på et senere tidspunkt vise seg å være grunnlag for å søke om midler dersom det etter en tids drift foreligger større utviklingsoppgaver.

Finansiering over statsbudsjettet

Det kan være aktuelt å søke finansiering gjennom ekstrabevilgning over statsbudsjettet. Tidligere har opprettelsen av Matportalen blitt finansiert på denne måten over Landbruksdepartementets budsjett. Aktuelle departement for en finansportal er Finansdepartementet og Barne- og likestillingsdepartementet. Dersom det er aktuelt å søke slik finansiering i vår, haster det å ta initiativ overfor aktuelle departementer.

Dersom det viser seg å være interesse fra politisk hold for å få på plass en finansportal, anbefaler arbeidsgruppen at det arbeides mot departementene med henblikk på denne typen finansiering.

Bransjefinansiering

Bransjefinansiering kan begrunnes ut fra et prinsipp om at de som tjener penger i de aktuelle markedene, bør bidra til at informasjonen er

oversiktlig og tilgjengelig. Tilsvarende prinsipp er i bruk i forbindelse med for eksempel bransjenes deltakelse i ulike klagenemnder.

Bransjefinansiering forutsetter at bransjen får delta i utviklingsprosessen. Dette kan medføre at det reises spørsmål ved portalens uavhengighet. Vi har sett eksempler fra andre land på at bransjefinansiering kan skape problemer for utviklingen av portalen. På den andre side finnes det eksempler på vellykket bransjefinansiering.

Kredittilsynet, Forbrukerombudet og/eller Forbrukerrådet

Verken Kredittilsynet, Forbrukerombudet eller Forbrukerrådet har i dag ledige ressurser til utvikling av en finansportal. Bidrag til arbeid med utvikling av en finansportal må derfor enten frigjøres via en omprioritering internt eller finansieres gjennom tilleggsbevilgninger.

For å få en mest mulig uavhengig portal, mener arbeidsgruppen det er en forutsetning at en eller flere av disse organisasjonene bidrar i utviklingsarbeidet. Det betyr at det må være vilje internt til å omprioritere slik at organisasjonene kan bidra.

7.2.2 Konklusjon

Det er arbeidsgruppens anbefaling at finansiering av utviklingsarbeid primært søkes dekket gjennom finansmarkedsfondet og aktuelle departement. Arbeidsgruppen mener at bransjen og Kredittilsynet, Forbrukerombudet og Forbrukerrådet bør bidra med kompetanse til utviklingsarbeidet.

7.2.3 Drift

Arbeidsgruppen ser det som en viktig forutsetning for både utvikling og drift at en finansportal initialt sikres stabil finansiering.

Driftsfinansieringen må søkes løst uten at dette kommer i konflikt med portalens uavhengighet. Herunder innebærer dette at driften ikke kan gjøres avhengig av for eksempel reklameinntekter. Når det gjelder brukerfinansiering, ser ikke dette ut til å være et problem for besøket hos Mybanker.dk i Danmark, som har meget høye besøkstall på tross av at forbrukerne må betale for å se hvilke banker som gir det beste tilbudet for den aktuelle forbruker. Sparebankforeningen har gitt uttrykk for at dette bør vurderes også i en norsk løsning, mens FNH har uttrykt skepsis til dette. Denne arbeidsgruppen mener i likhet med den forrige arbeidsgruppen

at et bærende prinsipp må være gratis tilgjengelighet, og ser derfor bort fra muligheten med brukerfinansiering.

Det foreligger etter arbeidsgruppas oppfatning tre muligheter for driftsfinansieringen:

- Ordinære budsjetter Kredittilsynet, Forbrukerombudet og/eller Forbrukerrådet
- Egne driftsmidler over statsbudsjettet
- Gjennom bransjen via avtale

Driftsmidler - ordinære budsjetter

Første alternativ er aktuelt dersom en av institusjonene får oppgaven med å eie og drifte en finansportal. Det vil da være nødvendig med økte budsjetter da det ikke antas at noen av dem i dag har tilstrekkelige midler til å drifte en finansportal. Dersom driftsansvaret legges til Kredittilsynet vil det indirekte være bransjen som finansierer portalen da Kredittilsynets utgifter finansieres ved utligning på tilsynsenhetene.

Egne driftsmidler over statsbudsjettet

Annet alternativ, egne driftsmidler over statsbudsjettet, betinger at politiske myndigheter ønsker å øremerke driftsmidler til en finansportal over statsbudsjettet. Denne løsningen innebærer en mulighet for at finansieringen ikke vil være så stabil som ønskelig da politiske vurderinger og prioriteringer kan endres over tid.

Bransjefinansiering av drift

Tredje alternativ, bransjefinansiering gjennom avtale, betinger velvilje fra en bransje som ser seg tjent med å bidra til en finansportal eller at det finnes hjemmel for å pålegge dem dette. Det kan vise seg å være en utfordring å balansere pålegg/avtale om finansiering opp mot nødvendig avgrensning av innflytelse ut fra hensynet til portalens uavhengighet. Erfaringer fra andre portalløsninger tyder på at det kan være uheldig om finansieringen gjøres avhengig av velvillighet fra bransjen. Bidragsyttere må ikke kunne regulere størrelsen på bidragene ut fra vikarierende vurderinger knyttet til om informasjonstilbud og videreutvikling faller sammen med yters egne interesser.

Bransjefinansiering kan begrunnes ut fra et prinsipp om at de som tjener penger i de aktuelle markedene, bør bidra til at informasjonen er oversiktlig og tilgjengelig, jf. over. Bransjefinansiering forutsetter trolig at bransjen deltar i styret.

7.2.4 Konklusjon

Arbeidsgruppen mener portalens uavhengighet best sikres gjennom offentlig finansiering av driften. Ettersom verken Kredittilsynet, Forbrukerombudet eller Forbrukerrådet har ressurser til å drifte portalen, bør det søkes å sikre portalen driftsmidler gjennom en egen bevilgning på statsbudsjettet. Bransjens bidrag foreslås å være datarapportering og bransjekompetanse i styrende organer.

Dersom portalen ikke fullfinansieres av det offentlige, må en eventuell finansportal søkes finansiert gjennom en avtale med bransjeorganisasjonene.

8 TILKNYTNINGSFORM, RAPPORTERINGSPLIKT OG REGELENDRINGER

For at en finansportal skal fungere er det helt avgjørende at man har tilgang på oppdatert informasjon fra alle aktører i markedet. Det vil være en vesentlig svakhet ved portalen dersom deler av tilbyderne ikke er representert, eller dersom informasjonen om priser er mangelfulle eller utdaterte. Spørsmålet som skal drøftes i dette kapitlet er hvilke tiltak og mekanismer som kan sikre at samtlige aktører er representert og at portalen har tilgang på nødvendige opplysninger.

Som grunnprinsipper må det legges opp til at elektroniske data som alt finnes må gjenbrukes der dette er mulig, samt at man søker å unngå å pålegge tilbyderne av finansielle produkter og tjenester nye rapporteringsoppgaver utover det som er nødvendig.

For de fleste portalene med tilknytning til det offentlige som gruppen har besøkt, gjelder en forskriftsregulert plikt for aktørene til å innrapportere oppdaterte prisopplysninger. De private portalene som for eksempel Mybanker og Dine Penger er i utgangspunktet avhengige av å innhente informasjonen selv. I portaler med bransjetilknytning, som for eksempel Forsikringsluppen, vil rapporteringsplikt kunne være regulert i avtale.

Finansinstitusjonene rapporterer allerede i dag en del prisopplysninger til Norges Bank. Av hensyn til enkelhet, og for å motvirke dobbelrap-

portering, kunne en tenkt seg en portalløsning som bygger på tilgang til disse allerede rapporterte opplysningene. Etter det arbeidsgruppen har brakt på det rene er imidlertid disse opplysningene mer gjennomsnittsbaserte og derfor ikke presise nok til å danne grunnlag for detaljert prissammenligning.

Det ligger opplagte fordeler i at selskapene er rapporteringspliktige, men suksesser som Telepriser og Kraftprisoversikten har begge fremhevet at det er et sterkt og unisont ønske om å være representert på portalen som er den viktigste garantien for at de får inn opplysningene. Den mest effektive sanksjonen er trusselen om å utelate aktører fra siden, noe man helt unntaksvis benytter. Man ser også at konkurrerende selskaper følger med på at opplysningene er riktige. For å sette det på spissen kan man si at en velfungerende portal ikke har behov for noen formalisert innrapporteringsplikt fordi selskapene vil ha en sterk egeninteresse i å være representert.

Selv om målsettingen bør være rapportering ut fra egeninteresse, mener likevel arbeidsgruppen at det vil være en klar fordel for portalen at det foreligger en formell plikt til å gi opplysninger til portalen. Det vil være viktig at det helt fra portalens oppstart er sikret at samtlige aktører er tilknyttet, og det er viktig, ikke minst for bransjen, at dette er likt for alle. Representasjon på portalen bør ikke kunne velges vekk eller forvanskes ut fra eksempelvis kommersielle hensyn. Sist, men ikke minst vil det ligge en klar symbolverdi i at opplysningsplikten er formalisert.

8.1 MARKEDSFØRINGSLOVEN § 3A OG KONKURRANSELOVEN § 4-1

Etter markedsføringsloven § 3a om prismerking skal den som i næringsvirksomhet selger varer og tjenester eller andre ytelser til forbrukere, så langt det er praktisk mulig informere om prisene, slik at de lett kan ses av kundene. Etter bestemmelsens annet ledd kan departementet ved forskrift gi nærmere regler om gjennomføringen av plikten etter første ledd. Det mest interessante i denne sammenheng er § 3a tredje ledd, som sier at departementet ved forskrift kan påby ervervsdrivende å iverksette tiltak ut over det som følger av påbudet i første ledd.

Konkurranselovens § 4-1 om prismerking har en nær sagt identisk bestemmelse som er hjemmelen for Konkurransetilsynets forskrift om meldeplikt om kraftpriser. Det er denne melde-

plikten som gir grunnlaget for kraftprissammenligningene på Konkurransetilsynets nettsider. § 3 i forskriften fastsetter at kraftpriser og vilkår skal meldes til Konkurransetilsynet på de tidspunkt og i henhold til de krav som Konkurransetilsynet fastsetter. Meldeplikten omfatter kraftpriser og vilkår som Konkurransetilsynet krever.

Arbeidsgruppen legger til grunn at Barne- og likestillingsdepartementet vil kunne fastsette en tilsvarende forskrift med hjemmel i markedsføringslovens § 3a, tredje ledd. Departementet har ansvaret for forbrukerspørsmål, og arbeidsgruppen regner med at man vil se positivt på å bidra til et tiltak med en så tydelig forbrukerprofil. En vil anta at også Konkurranselovens § 4-1 vil kunne hjemle en slik forskrift, men at dette ikke faller like naturlig fordi Konkurransetilsynet ikke er direkte involvert i arbeidet med portalen, og ikke har et like entydig forbrukerståsted.

Etter det man kan se er ikke en slik forskrift avhengig av at portalen legges under Forbrukerombudet som har tilsynet med markedsføringsloven. Hjemmelen ordlyd er vid. Markedsføringsloven § 3a tredje ledd gir departementet anledning til å pålegge næringsdrivende "tiltak". Det ligger ingen begrensninger i ordlyden om at et tiltak om å rapportere priser, etter mønster av forskrift om meldeplikt for kraftpriser, må skje til et bestemt organ.

Arbeidsgruppen legger derfor til grunn at en eventuell forskrift om meldeplikt for finanspriser med hjemmel i markedsføringsloven også kan fastsette en meldeplikt til en portal dersom den ligger under et annet forvaltningsorgan, Forbrukerrådet eller er organisert som en stiftelse.

En finansportal kan imidlertid inneholde mer enn prissammenligninger. Eksempelvis kan det være aktuelt med vilkårsammenligninger innen forsikring. I en slik sammenheng vil en rapporteringsplikt ved endringer av vilkårene være ønskelig og det er tvilsomt at dette kan hjemles i en bestemmelse om prismerking.

8.2 MARKEDSFØRINGSLOVEN § 15 OG KREDITTILSYNSLOVEN § 3

Etter markedsføringsloven § 15 plikter enhver å gi Forbrukerombudet de opplysninger som kreves for at ombudet skal kunne utføre sine gjøremål etter loven. Drift av en finansportal vil ikke falle inn under Forbrukerombudets gjøremål etter loven, og denne hjemmelen kan neppe benyttes til å kreve data til en finansportal.

Kredittilsynet har en tilsvarende hjemmel i kredittilsynsloven § 3. Det må legges til grunn at dette også gjelder opplysninger til Kredittilsynets gjøremål og neppe gir hjemmel til å kreve opplysninger til en nettside for prissammenligninger. Arbeidsgruppen tviler også på at det er et aktuelt alternativ å legge rapporteringsplikt til en portal inn som et vilkår for konsesjon.

8.3 AVTALE MED BRANSJEORGANISASJONENE

Man kan også tenke seg at man får i stand en rapporteringsplikt basert på en avtale med bransjeorganisasjonene. Dette vil være særlig aktuelt dersom disse er representert i et styre eller på annen måte er direkte involvert i portalen. En av svakhetene ved en slik løsning er at eventuelle selskaper som står utenfor bransjeorganisasjonene ikke vil være omfattet av avtalen og dermed ikke nødvendigvis vil føle seg forpliktet til å rapportere. I forhold til rapportering av endringer av forsikringsvilkår, som det er tvilsomt vil kunne hjemles i en forskrift etter markedsføringsloven § 15, fremstår likevel en avtale mellom selskapene og portalen som den enkleste muligheten for å sikre tilgang til informasjon.

8.4 BEHOV FOR OPPLYSNINGER I ELEKTRONISK FORM

Det vil kunne være en praktisk forutsetning for informasjonsinnhenting at opplysningene om pris og vilkår foreligger i elektronisk form. Når det gjelder innrapportering i elektronisk form vil dette enkelt kunne reguleres i en forskrift om meldeplikt.

Man kan imidlertid også tenke seg et system hvor et dataprogram automatisk henter pris- og vilkårsopplysninger fra selskapenes hjemmesider. Problemet med dette er at en del selskaper ikke har prisopplysninger på sine hjemmesider. Finansavtaleloven § 8 sier kun at opplysninger eller meldinger etter loven kan gis elektronisk dersom kunden ønsker dette.

Prismerksingsreglene i markedsføringsloven § 3a sier at man, så langt det er praktisk mulig, skal informere om prisene, slik at de lett kan ses av kundene. Det fremgår av forskriften om prismerking av tjenester at prisene må være tilgjengelig der avtalen inngås. Dersom finanstjenestene kan kjøpes på hjemmesiden må altså prisene være tilgjengelige der. Dersom dette ikke er tilfellet, er det neppe

noen plikt til å oppgi priser på hjemmesidene. Arbeidsgruppen legger imidlertid til grunn at dette også er forhold som vil kunne reguleres nærmere i en forskrift etter markedsføringslovens § 3a.

8.5 KONKLUSJON

Det bør, slik tilfellet er for Konkurransetilsynets kraftprisoversikt, forskriftsfestes en opplysnings- og rapporteringsplikt for institusjonene 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 selskapene.

9 ANBEFALINGER

I dette kapitlet oppsummeres arbeidsgruppens anbefalinger. Det er redegjort for begrunnelsene for anbefalingene i de foregående kapitler og begrunnelsene gjentas derfor ikke her.

9.1 OMFANG

Arbeidsgruppen anbefaler en bred tilnærming hvor hele næringen dekkes framfor en tilnærming med kun deler av næringen. Antallet tjenester kan av ressurs hensyn begrenses innledningsvis og omfanget kan utvides etter hvert.

Innenfor hvert enkelt produktområde mener arbeidsgruppen at følgende tjenester bør være på plass fra begynnelsen:

Lån, kreditt og dagligbanktjenester

- Gebysammenligninger brukskonto
- Boliglånsrenter
- Totalbankkonsepter

Forsikring

- Reiseforsikring
- Bilforsikring
- Hus- og innboforsikring

Sparemarkedet

- Høyrentekontoer bank
- Verdipapirfond

Begrunnelsene for arbeidsgruppens anbefaling er gitt i kapittel 5.

9.2 EIERSKAP OG DRIFTSANSVAR

9.2.1 Eierskap

Arbeidsgruppen anbefaler at Kredittilsynet, Forbrukerombudet, Forbrukerrådet og finansnæringen etablerer en egen enhet, for eksempel en stiftelse, som står som eier av portalen. De ulike organisasjonene som deltar i samarbeidet bør være representert i styret.

Eierskapet bør etter arbeidsgruppens vurdering innebære redaktøransvar for portalens innhold. Det kan med fordel etableres et redaksjonsråd som deltar og bidrar i viktige redaksjonelle beslutninger.

Begrunnelsene for arbeidsgruppens anbefaling om eierskap er gitt i avsnitt 6.1.

9.2.2 Driftsansvar

Arbeidsgruppen anbefaler at driften av portalen, herunder kontroll av data, oppdateringer og produksjon av informasjon, utføres av ansatte i egen driftorganisasjon.

Begrunnelsene for arbeidsgruppens anbefaling om driftsansvar er gitt i avsnitt 6.2.

9.3 FINANSIERING

9.3.1 Finansieringsbehov

Det ligger ikke i denne arbeidsgruppens mandat å utarbeide kostnadsoverslag for en eventuell finansportal. Arbeidsgruppen har likevel gitt noen antydninger om ressursbehov.

Utvikling:

- Inntil 2 millioner for teknisk utvikling av bankkalkulatorer og grensesnitt verdipapirfond
- 4-5 årsverk for utvikling av struktur og innhold
- Forsikring, automatisert løsning:
 - o Kostnadsoverslag bør utarbeides i Del II
- Forsikring, manuell løsning:
 - o Inntil 1 million for teknisk løsning forsikringsvilkår
 - o 4-6 årsverk for oppbygging av vilkårsdatabase

Drift:

- Oppdatering av bankkalkulatorer, verdipapirfondsdata og eventuelt en automatisert forsikringsdatabase: 0,5-1 årsverk
- Produksjon av oppdatert faktainformasjon: 1-2 årsverk

- Oppdatering og utvikling av en database for forsikringsvilkår basert på manuell oppdatering: 2-3 årsverk.

Bakgrunnen for kostnadsoverslagene finnes i avsnitt 7.1.

9.3.2 Finansieringskilder

Utvikling:

Arbeidsgruppen anbefaler at utviklingsarbeid primært finansieres gjennom finansmarkedsfondet og aktuelle departement.

Arbeidsgruppen mener at bransjen og Kredittilsynet, Forbrukerombudet og Forbrukerrådet bør bidra med kompetanse i utviklingsarbeidet.

Drift:

Arbeidsgruppen mener portalens uavhengighet best sikres gjennom offentlig finansiering av driften. Ettersom verken Kredittilsynet, Forbrukerombudet eller Forbrukerrådet har ressurser til å drifte portalen, bør portalen sikres driftsmidler gjennom statsbudsjettet.

Bransjens bidrag foreslås å være datarapportering og bransjekompetanse i styrende organer.

Begrunnelsene for arbeidsgruppens anbefaling om finansieringskilder er gitt i avsnitt 7.2.

9.4 TILKNYTNINGSFORM, RAPPORTERINGSPLIKT OG REGELENDRINGER

Arbeidsgruppen anbefaler at det forskriftsfestes opplysnings- og rapporteringsplikt for tilbydere av finansielle produkter og tjenester til portalen. Forskriften bør presisere at opplysningene skal være tilgjengelige i elektronisk form.

Når det gjelder opplysningsplikt om forsikringspremier og endringer i vilkår bør dette forankres i en avtale med bransjeorganisasjonen eller de enkelte selskapene.

Bakgrunnen for disse anbefalingene er gitt i kapittel 8.

VEDLEGG

Referat fra dialogmøte 11. oktober 2005 - informasjonsportal til sluttbrukerne i finansmarkedet

Det vises til deltagelse på dialogmøtet 11. oktober mellom representanter fra finansnæringen og arbeidsgruppen som utreder spørsmålet om etableringen av en informasjonsportal for finansielle tjenester i Norge. Arbeidsgruppen takker for deltakelse og god diskusjon, og distribuerer herved et referat fra møtet.

Deltakere: Se vedlagte deltakerliste.

Møtet ble ledet av Lisbeth Strand, avdelingskoordinator i Avdeling for finans- og forsikringstilsyn i Kredittilsynet.

Dagsorden:

- Innledning v/ Bjørn Skogstad Aamo
- Bakgrunnen for prosjektet og arbeidsgruppens mandat v/Kjetil Karsrud
- Erfaringer fra studiebesøk v/Torgeir Øines
- Presentasjon av mulige løsningsmodeller v/Torgeir Øines
- Dialog om løsningsmodeller
- Opplegg for videre kommunikasjon
- Eventuelt

Innledning

Direktør Bjørn Skogstad Aamo innledet og tok utgangspunkt i veksten i finansnæringen, som bl.a. innebærer at tilbudene som gis angår stadig flere. Ikke minst i EU tas initiativ for å bedre informasjonstilbudet til forbrukerne slik at disse skal kunne treffe rasjonelle valg. Det er antakelig bare et tidsspørsmål før det kommer ytterligere krav til forbrukerinformasjon på finansmarkedet. Aamo framhevet at det vil være fornuftig å være i forkant for å finne de gode og konstruktive løsningene.

Å velge hvem som skal gjøre dette og hvordan er ikke like opplagt. Politikerne ber til dels tilsynsmyndighetene ta seg av dette, men Kredittilsynet har ikke sett seg som bærer av en portalløsning i Norge. Tilsynet har imidlertid fått klare oppfordringer fra styret – og har derfor søkt samarbeid med Forbrukerrådet og Forbrukerombudet.

Arbeidsgruppen tar arbeidet med tanken om portalløsning en etappe videre og ønsker en god dialog med bransjen tidlig i utredningsarbeidet.

Arbeidsgruppens mandat

Informasjonssjef i Kredittilsynet, Kjetil Karsrud, orienterte om arbeidsgruppens mandat, som også ble distribuert til møtedeltakerne. Arbeidsgruppen har som mandat å utrede om og i så fall hvordan en informasjonsportal for finansielle tjenester kan etableres i Norge. Gruppen tar utgangspunkt i kapittel 3 i rapporten "Tiltak for å bedre informasjonstilbudet til sluttbrukere i finansmarkedet".

Arbeidsgruppen skal utarbeide et beslutningsgrunnlag hvor det skal foretas en vurdering og gis en anbefaling med hensyn til:

1. Portalens omfang
2. Eierskap og driftsansvar
3. Finansieringskilder
4. Ilknytningsformer, dvs. om tilslutning til portalen fra næringsaktørene skal være frivillig eller tvungen, og om det er nødvendig med eventuelle regelendringer for å sikre tilslutning

Arbeidsgruppen skal avgi rapport med sine anbefalinger innen utgangen av 2005. Rapporten vil bli sendt på høring før de endelige beslutningene blir tatt. Dersom det besluttes å gå videre, vil det bli utarbeidet en teknisk kravspesifikasjon med tilhørende kostnadsoverslag.

Status arbeidsgruppens arbeid

Arbeidsgruppens leder, Torgeir Øines fra Forbrukerrådet, presenterte gruppens erfaringer fra studiebesøk hos andre offentlige informasjonsportaler i andre bransjer i Norge, samt fra besøk hos portaler på finansområdet i Sverige, Danmark og Storbritannia. Øines oppsummerte også hvilke muligheter gruppen ser for seg med hensyn til omfang, eierskap og finansiering.

Materialet fra disse presentasjonene var distribuert til møtedeltakerne i forkant av møtet.

Synspunkter fra møtedeltakerne

Generelle kommentarer

Sparebankforeningen framholdt at de prinsipielt mener at forbrukernes informasjonsbehov er ivaretatt i dag, og at merverdien med en ny informasjonsportal ikke vil stå i forhold til kostnadene. Subsidiært uttrykte de ønske om å delta i dialogen videre dersom det besluttes å gå videre med en portal.

De øvrige deltakerne fra bransjen uttrykte enighet om behovet for en informasjonsportal.

Omfang

Bransjen understreket viktigheten av å se portalens omfang i relasjon til kostnadene, og anbefalte en gradvis utbygging av produktspekteret som sammenlignes. Det ble gitt uttrykk for at man bør identifisere særlige problemområder og prioritere informasjon om disse.

Portalen kan gjerne være en felles inngangsport til ulike finansprodukter. Det er da viktig å være oppmerksom på at ulike finansprodukter krever ulik tilnærming med hensyn til sammenligning og informasjon. Eksempelvis vil det være annerledes å sammenligne bankprodukter enn forsikringsprodukter.

Det ble framhevet at dagens lovgivning sikrer forbrukerne nok informasjon, og at problemet snarere er for mye enn for lite informasjon. Portalen må derfor ta sikte på å forenkle og å gi forbrukerne relevant og vesentlig informasjon, tilrettelagt for nettmediet. Det må legges mye arbeid i å finne gode sammenligningsparametere, slik at like produkter sammenlignes. Det er også viktig at portalen ikke virker konkurransehindrede, er hemmende på produktutviklingen eller skadelig for servicegraden.

Bransjen uttrykte en viss skepsis til et for stort fokus på kvantitative størrelser, og framhevet at portalen også bør ha kvalitativ faktainformasjon. Det ble framhevet at forbrukerne er kunnskapsrike når det gjelder dagligbank og finansiering, men at de mangler kunnskap om spareprodukter.

I forhold til forsikring gav bransjen klare signaler på at de ser vilkårsammenlikning som den mest aktuelle løsningen, og viste til den svenske løsningen, Konsumenternas Försäkringsbyrå. Bransjen mente også at et standardisert sammenligningsgrunnlag, slik man har på forsikringsområdet i Danmark, av konkurransefaglige grunner ikke vil være aktuelt i Norge.

På fondsområdet understreket Verdipapirfondenes Forening at de har en informasjonsløsning i dag som sikrer sammenlignbar informasjon, og at denne kan nyttiggjøres i en offentlig portalløsning.

Eierskap

Bransjen mente å se både fordeler og ulemper ved evt. å eie en portalløsning selv, men framhevet likevel at det kan bli problematisk i forhold til uavhengighet. Interessekonflikter internt kan også skape problemer med å få gjennomført en portalløsning i praksis.

I forhold til et offentlig eierskap uttrykte bransjens representanter tillitt til kompetansen hos Kredittilsynet, men også bekymring for at et offentlig eierskap kan være kostnadsdrivende.

Det ble gitt uttrykk for at eierskap og finansiering (se nedenfor) er store prinsipielle spørsmål som må drøftes nøye før man eventuelt beslutter å etablere en informasjonsportal.

Finansiering

Sparebankforeningen stilte spørsmål ved den første arbeidsgruppens premiss om at all informasjon på portalen skal være gratis tilgjengelig for brukerne og antydte at en betalingsløsning à la Mybanker.dk kunne være et bidrag til finansieringen. FNH uttrykte imidlertid skepsis til en betalingsløsning, og stilte spørsmål ved hvilken betydning dette ville kunne få for portalens nøytralitet og objektivitet.

For øvrig kom det få signaler fra bransjen i forhold til spørsmålet om finansiering.

Avslutning

Møteleder Lisbeth Strand avsluttet møtet med å takke for deltakelsen og å understreke at arbeidsgruppen er åpne for skriftlige innspill i fasen fram mot arbeidsgruppens rapportering. Det ble også minnet om at arbeidsgruppens rapport vil bli sendt på høring.

Møtereferatet (og invitasjonsbrevet til møtet) ble sendt til følgende:

- Finansnæringen hovedorganisasjon
- Sparebankforeningen
- Norges Fondsmeglerforbund
- Verdipapirfondenes Forening
- Finansieringsselskapenes Forening
- Norske Forsikringsmegleres Forening

Deltakerliste fra dialogmøte 11. oktober 2005 - informasjonsportal for sluttbrukerne i finansmarkedet

Finansieringsselskapenes Forening

Direktør Jan Fr. Haraldsen (til kl. 12.30)

Finansnæringens Hovedorganisasjon

Adm. direktør Arne Skauge

Direktør Geir Trulserud

Konsulent Rune Fjørtoft

Norges Fondsmeglerforbund

Rådgiver Mette Christin Eriksen

Direktør Nils Tore Eliassen (First Securities ASA)

Norske Forsikringsmegleres Forening

Konsulent Ragnar Dahl

Sparebankforeningen

Informasjonsdirektør Eivind Grønstad, DnB NOR

Ass direktør Eline Vedel, Sparebankforeningen,

avd. for betalingsystemer

Ass direktør Sven L'Abée-Lund,

Sparebankforeningen, juridisk avd.

Verdipapirfondenes Forening

Rådgiver Christian Henriksen

Direktør Bernt S. Zakariassen

Kredittilsynet

Avdelingskoordinator Lisbeth Strand,

Finans- og forsikringsavd. (møteleder)

Kredittilsynsdirektør Bjørn Skogstad Aamo

(til kl. 11.30)

Informasjonssjef Kjetil Karsrud

Seksjonssjef Eystein Kleven, Avd. for

markedstilsyn, seksjon for verdipapirinst.

Rådgiver Anna Grinaker, Avd. for markedstilsyn,

seksjon for verdipapirinst. (observatør)

Arbeidsgruppen

Førstekonsulent Torgeir Øines, Forbrukerrådet

Rådgiver Jo Gjedrem, Forbrukerombudet

Informasjonsrådgiver Chalotte Bjørn,

Kredittilsynet

Informasjonsrådgiver Anne Kari Østmo,

Kredittilsynet

forbrukerportalen.no

