



REGERINGEN

Forbruger i en digital verden

Regeringens forbrugerpolitiske strategi

Erhvervsministeriet

MAJ 2018

Forbruger i en digital verden

Forbrugere befinder sig i en anden virkelighed end for blot 15 år siden. Digitaliseringen har skabt nye muligheder for nethandel, og der er opstået et bredt udvalg af forskellige søge- og sammenligningstjenester på nettet. Det giver os som forbrugere adgang til et langt større produktudbud og nye markeder. Sociale platforme og anmeldetjenester har samtidig givet forbrugerne en bedre mulighed for at tale med én stemme og dermed udøve såkaldt købermagt. De digitale muligheder styrker dermed forbrugernes rolle på markederne og kan understøtte effektiv konkurrence. Men den digitale udvikling rummer også nye udfordringer for forbrugerne, for eksempel i forhold til persondata. Det er vigtigt, at forbrugerpolitikken er afstemt med de nye vilkår og favner både muligheder og udfordringer.

Der er samtidig brug for at få tilpasset den forbrugerrettede regulering til den digitale virkelighed. Både i Danmark og i EU har den forbrugerrettede regulering traditionelt fokuseret på at forpligte virksomhederne til grundigt at informere forbrugerne, så de kan træffe deres beslutninger på et velinformeret grundlag. De mange oplysningskrav er imidlertid ikke målrettet en moderne digital tidsalder, hvor smartphones og tablets er en integreret del af forbrugernes liv. Samtidig viser ny viden om forbrugeradfærd, at de store mængder information ikke altid virker efter hensigten. For eksempel sætter tre ud af fire forbrugere mellem 18 og 49 år flueben ved handelsbetingelser på nettet uden at have læst dem.



Ydermere er der brug for at have fokus på forbrugernes adfærd, og hvordan vi påvirkes af den information, der stilles til rådighed. Regeringen vil arbejde for at gøre op med tanken om, at mere information nødvendigvis er det samme som bedre information. Information skal have reel værdi for forbrugerne. Forbrugerinformation skal så vidt muligt gives i et sprog og i et omfang, som er til at forstå, og at de oplysninger, vi har brug for, skal komme på rette tidspunkt i en beslutningsproces. Det kan styrke vores muligheder for at træffe de valg, der passer bedst til netop vores behov.

Dette er generelt en prioritet for regeringen, som ønsker at styrke brugen af adfærdsindsigter – både for forbrugere, men også i den offentlige sektor. Initiativerne i det forbrugerpolitiske

udspil skal således ses i sammenhæng med regeringens kommende initiativer om styrket brug af adfærdsindsigter i Sammenhængsreformen.

Regeringen fremlægger på den baggrund en forbrugerpolitisk strategi, der skal gøre det nemmere at være forbruger og træffe gode valg i en digital verden.

Regeringen sætter ind med 24 initiativer. Regeringen ønsker, at forbrugerne skal have de bedste rammer for at anvende egne data til at opnå bedre produkter og løsninger, at forbrugerne har adgang til nem og sikker nethandel, at det bliver nemmere for forbrugere at handle bolig, at arbejde for at fjerne overflødige oplysningskrav i forbrugerlovgivningen samt en lang række andre initiativer.

Forbrugerpolitiske initiativer

Nemmere at træffe gode valg

- 1 Nemmere at træffe gode valg
- 2 Forbrugerpolitisk panel
- 3 Interessevaretagelse i EU

Data skal skabe værdi for forbrugerne

- 4 Nemmere adgang til egne forbrugsdata
- 5 Nemmere adgang til egne offentlige data
- 6 Øget gennemsigtighed i "gratis" digitale tjenester

Nem og sikker nethandel

- 7 Øget gennemsigtighed på online platforme
- 8 Bedre produktsikkerhed ved køb over nettet
- 9 Sikker nethandel – også uden for EU
- 10 Rimelige returregler for brugte varer
- 11 Bedre forbrugerbeskyttelse ved optagelse af kviklån
- 12 Øget tilsyn med kviklån

Målrettede oplysningskrav

- 13 Målrettede oplysningskrav ved nethandel
- 14 Ensretning af oplysningskrav i den forbrugerrettede lovgivning
- 15 Færre oplysningskrav ved boligfinansiering
- 16 Ophæv dansk risikomærkning af boligfinansiering
- 17 Nemmere information på forsyningsområdet

Nemmere at handle bolig

- 18 Nemmere at sammenligne lånetilbud
- 19 Forbrugervenlige tilstandsrapporter og elinstallationsrapporter

Markedsføring i en digital virkelighed

- 20 Tidssvarende regler for uanmodet henvendelse
- 21 Målrettet markedsføring ved livsfaseskift
- 22 Nemmere at opsig abonnementer
- 23 Styrket fokus på passive abonnementer
- 24 Bøder på niveau med sammenlignelige lande

Nemmere at træffe gode valg

Regeringen ønsker, at det skal være så nemt som muligt for forbrugerne at træffe gode valg for sig selv. Sådan er det ikke altid i dag. På nogle markeder er det svært for forbrugerne at forstå og sammenligne tilbud, fordi produkterne er komplekse, og informationen er svært tilgængelig. På andre markeder stiller reguleringen krav, der gør det svært for virksomhederne at præsentere forbrugerne for overskuelige valg eller udvikle nye digitale løsninger, der kan gøre det nemmere at navigere på markedet. Selvom det i den digitale verden ofte er nemmere at sammenligne på tværs, kan det være vanskeligt at gennemskue, hvad man som forbruger giver virksomhederne adgang til, eller om produkterne er sikre.

Regeringen vil derfor arbejde systematisk med at afdække, hvordan forbrugerne kan understøttes i at træffe gode valg for sig selv. Løsningerne skal tage udgangspunkt i viden om forbrugernes faktiske adfærd, og løsningerne skal i højere grad testes, før de implementeres. Undersøgelser har allerede vist, at mange har svært ved at forstå og sammenligne tilbud om realkreditlån. En fast forside med centrale nøgleinformationer om lånetilbuddet kunne for eksempel gøre det nemmere for forbrugerne at sammenligne og træffe valg, der svarer til deres behov.



Regeringen ønsker, at det skal være så nemt som muligt for forbrugerne at træffe gode valg for sig selv.

Nye undersøgelser skal i de kommende år afdække, hvordan det kan blive nemmere for forbrugerne at afsøge lånemarkedet og pensionsmarkedet, samt hvordan principper for digitalt samtykke kan gøre det tydeligere for forbrugerne, hvad de giver samtykke til i forskellige sammenhænge. Undersøgelserne skal tage udgangspunkt i den nyeste viden inden for adfærdsvidenskab.

Implementeringen af regeringens forbrugerpolitiske strategi kræver et tæt samarbejde med aktører på forbrugerområdet. Der er behov for at styrke fokus på, hvordan reguleringen påvirker forbrugerne, og hvordan digitale tendenser påvirker forbrugerrollen. Derfor oprettes et nyt forbrugerpolitisk panel, som kan bidrage til tæt koordinering mellem de relevante aktører.

Initiativ 1: Nemmere at træffe gode valg

Regeringen vil arbejde systematisk med at afdække, hvordan forbrugerne kan understøttes i at træffe gode valg for sig selv i en digital virkelighed og på markeder med komplicerede beslutningsprocesser. I de kommende tre år vil der blive iværksat adfærdsforsøg på en række fokusområder:

- **Samtykke.** Hvordan kan principper for samtykke til markedsføring udformes, så det bliver nemmere for forbrugerne at gennemskue, hvad de reelt giver samtykke til?
- **Abonnementer.** Hvordan kan det gøres nemmere for forbrugerne at forholde sig aktivt til, om deres løbende abonnementer fortsat opfylder deres behov?

- **Låneoptagelse.** Hvordan kan det blive nemmere for forbrugerne at afsøge lånemarkedet?
- **Relevant markedsføring.** Hvordan kan relevant markedsføring ved forskellige livsfaseskift, for eksempel når vi flytter, bliver gift eller får børn, understøtte forbrugerne i at træffe aktive valg på markeder, hvor forbrugeraktiviteten generelt er lav?
- **Skifteadfærd på elmarkedet.** Hvordan kan man understøtte aktive forbrugere på elmarkedet, herunder gøre prisstrukturen enklere, samt gøre det nemmere for forbrugerne og elvirksomheder at gennemføre skift af elleverandør?
- **Pension.** Hvordan kan forbrugerne klædes på til at forholde sig aktivt til deres pensionsordninger?

Initiativ 2: Forbrugerpolitisk panel

- Regeringen vil nedsætte et forbrugerpolitisk panel, bestående af blandt andet brancheorganisationer, forbrugerorganisationer, relevante ministerier samt to fagpersoner med særligt kendskab til forbrugerpolitik.

Panelet skal gennem videndeling og erfaringsudveksling bidrage til koordinering mellem de relevante aktører på forbrugerområdet med henblik på at understøtte implementeringen af regeringens forbrugerpolitiske strategi og interessevaretagelsen i forhold til forbrugerregulering nationalt og på EU-niveau.

Principper for forbrugerrettet regulering

Principper for adfærdsbaseret forbrugerregulering

- Forbrugerrettet regulering bør understøtte simpel og handlingsanvisende forbrugerinformation.
- Forbrugerrettet regulering bør understøtte, at forbrugerrettet information præsenteres på rette tidspunkt i forbrugernes beslutningsproces.
- Forbrugerrettet regulering bør baseres på den bedst tilgængelige viden om forbrugeradfærd.

Regeringen vil indføre tre principper, der skal bruges til at udbrede “best practice” for udformning af forbrugerregulering. Principperne skal bidrage til at sikre et højt niveau af forbrugerbeskyttelse, der understøtter forbrugerne i at træffe aktive og velinformerede valg, som

opfylder deres egne behov. Principperne er en del af en fælles måde at tænke forbrugerbeskyttelse på tværs af de ansvarlige ministerier og styrelser og skal understøtte, at reguleringen får den tilsigtede virkning på markedet.



En stor del af indsatsen for at modernisere reglerne skal derfor også ske gennem en ambitiøs dansk interessevaretagelse i EU.

Fælles forbrugerbeskyttelse i EU

En stor del af forbrugerpolitikken er baseret på EU-regler, som Danmark har været med til at udforme. Fælles regler er med til at understøtte et velfungerende indre marked i Europa, hvilket har stor værdi for danske virksomheder. Det er også vigtigt for forbrugerne, at der er fælles rammer og regler på tværs af det indre marked, så man som forbruger ikke skal forholde sig til mange forskellige regelsæt, når man handler på tværs af grænserne. Et effektivt håndhævelsessamarbejde mellem myndighederne i medlemslandene skal samtidig gøre det nemmere for forbrugerne at få hjælp, hvis noget går galt. Det er med til at styrke nethandel på tværs af EU's grænser. Fælles EU-regler på forbrugerområdet har således stor betydning både for forbrugere og virksomheder i en digital verden, hvor landegrænser får mindre og mindre betydning i forbrugernes valg af produkter. En stor del af indsatsen for at modernisere reglerne skal derfor også ske gennem en ambitiøs dansk interessevaretagelse i EU.

Regeringen vil arbejde målrettet for, at EU-Kommissionen fortsat tager

udgangspunkt i viden om forbrugernes faktiske adfærd og den digitale udvikling i forbindelse med revisionen af forbruger- og markedsføringsreglerne i EU. Det gælder for eksempel udmøntningen af EU-Kommissionens pakke om revision af forbrugerreglerne "A New Deal for Consumers", der blev offentliggjort den 11. april 2018, herunder arbejdet med direktiverne om elektronisk handel og fjernsalg af finansielle tjenesteydelser.

Generelt arbejder regeringen for, at oplysningskravene i europæiske regelsæt tilpasses den digitale virkelighed. Mange forbrugere handler via mobiltelefonen, og det er derfor afgørende, at oplysningsforpligtelser for eksempel ikke kræves på papir eller på andre måder, der ikke er tilpasset det digitaliserede samfund.

Regeringen vil endvidere arbejde for, at de oplysningsforpligtelser, der udspringer af EU-regulering, herunder særligt i direktiverne om urimelige kontraktvilkår og om forbrugerrettigheder, opdateres, så de er mere anvendelige for forbrugeren. Det er vigtigt for regeringen, at disse oplysninger har



reel værdi for forbrugerne. Det betyder, at oplysninger skal gives i et sprog og i et omfang, som er til at forstå, og at oplysningerne skal komme på det rette tidspunkt i beslutningsprocessen, således at de bruges aktivt af forbrugerne til at træffe den bedste beslutning. Dette vil samtidigt lette byrder for erhvervslivet, idet virksomhederne alene underlægges de oplysningskrav, der rent faktisk er nødvendige for forbrugerne at modtage, ligesom det giver erhvervslivet mulighed for at udvikle nye digitale løsninger til forbrugerne.

EU's regler er vigtige, fordi borgerne skal kunne føle sig sikre, når de handler i et andet EU-land, og fordi simple og ens regler sikrer en velfungerende markedsplads for danske virksomheder på tværs af EU-lande.

Initiativ 3: Interesse-varetagelse i EU

Regeringen vil:

- arbejde for at påvirke udmøntningen af "A New Deal for Consumers", så EU-lovgivningen på området baseres på viden om forbrugernes faktiske adfærd og er rustet til en digital virkelighed, herunder i forhold til direktiverne om elektronisk handel og fjernsalg af finansielle ydelser.
- arbejde for, at de oplysningsforpligtelser, der udspringer af EU-regulering, herunder særligt i direktiverne om urimelige kontraktvilkår og om forbrugerrettigheder, opdateres, så de er anvendelige for forbrugeren og skaber mindst mulige byrder for virksomhederne.

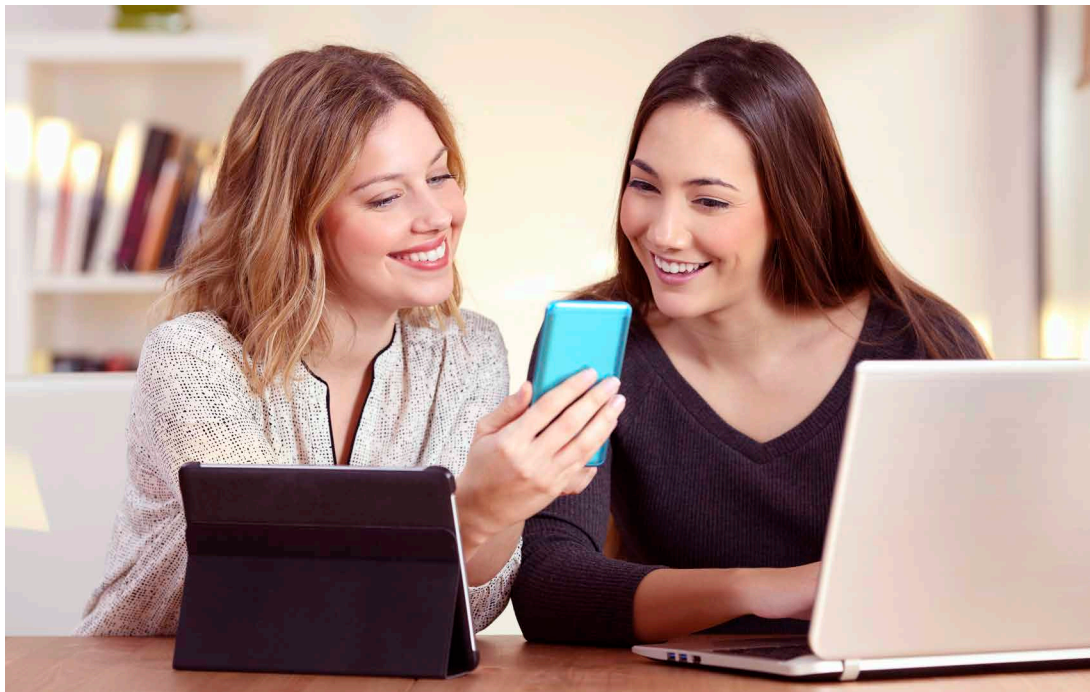
Data skal skabe værdi for forbrugerne

Forbrugsdata kan være et vigtigt aktiv for forbrugerne og rummer både udfordringer og muligheder for forbrugere og virksomheder. Forbrugere skal have størst mulig udbytte af de mange nye muligheder, digitaliseringen medfører. Når forbrugerne handler med en virksomhed, bruger en digital tjeneste eller køber et produkt på internettet, skabes data om deres adfærd. Data om forbrugernes køb, økonomi og anvendelse af produkter er et værdifuldt aktiv for virksomhederne. Derfor er der konkurrence blandt virksomhederne om adgang og ejerskab til disse data, og internet-baserede platforme, som for eksempel Amazon og Hotels.com, baserer blandt

andet deres forretningsmodel på de data, forbrugerne skaber.

Nye regler om data skal gavne forbrugerne

I 2018 træder nye EU-regler om persondata og betalingstjenester i kraft. Reglerne giver blandt andet ret til at få udleveret egne forbrugsdata fra virksomhederne i et almindeligt anvendt dataformat. Det giver mulighed for, at forbrugerne kan anvende data om deres indkøb mv. fra én virksomhed til at sikre sig bedre tilbud og løsninger i en anden virksomhed, for eksempel ved køb af forsikringer eller mobilabonnement.



Forbrugerne kan også få gavn af, at nye og eksisterende virksomheder udvikler nye, databaserede apps og andre digitale tjenester, som anvender oplysninger om forbrugerne til at skræddersy løsninger og produkter, der passer til den enkelte forbrugers behov.

Det er vigtigt, at der er gode rammer for at udnytte de nye datamuligheder, som følger af de nye regler. Det er blandt andet en forudsætning, at overførslen af data fra én virksomhed til en anden foregår sikkert og smidigt. Regeringen ønsker, at forbrugere nemt og sikkert kan få adgang til egne data, samt at virksomhederne har gode forudsætninger for at udvikle nye produkter til gavn for forbrugerne. Regeringen vil arbejde for, at forbrugere får gavn af de nye regler om nemmere adgang til egne forbrugsdata

i databeskyttelsesforordningen og betalingsloven, og vil derfor ned-sætte en følgegruppe, der skal følge implementeringen af de nye regler. Følgegruppen skal bidrage til at skabe klarhed, så reglerne bliver et aktiv for forbrugerne og stimulerer udviklingen af nye digitale tjenester.

Regeringen vil endvidere styrke forbrugernes position – og konkurrencen – ved at gøre det nemmere for forbrugere at give virksomheder adgang til de relevante data fra offentlige registre, samtidig med at hensynet til datasikkerhed og fortrolighed også varetages.

Når en forbruger skal købe ny bil eller finansiere et hus, kræver det for eksempel adgang til personoplysninger, som skal trækkes fra offentlige registre, der administreres af forskellige

myndigheder. Det kan være skatteoplysninger, lønsedler, oplysninger fra tingbogen mv. Når forbrugerne selv skal afsætte tid og ressourcer til at trække disse oplysninger fra forskellige offentlige databaser, som de sjældent bruger, kan det være en barriere for, at forbrugerne indhenter flere tilbud eller skifter udbyder. Regeringen vil derfor styrke forbrugernes muligheder for at opnå gode tilbud ved at gøre det lettere for forbrugerne at få adgang til og bruge oplysninger om dem selv fra offentlige registre.

Initiativ 4: Nemmere adgang til egne forbrugsdata

- Regeringen vil gøre det nemt og sikkert for forbrugerne at udnytte de nye muligheder for adgang til egne forbrugsdata. Derfor nedsættes der en følgegruppe, som skal hjælpe virksomhederne til på bedst mulig måde at gøre brug af de regler, så reglerne kan benyttes af forbrugerne og stimulere udviklingen af nye digitale tjenester.

Initiativ 5: Nemmere adgang til egne offentlige data

- Regeringen vil afdække mulighederne for at udvide kredsen af virksomheder – som har adgang til eSKATdata – så det bliver nemmere for forbrugerne at give en virksomhed tilladelse til at indhente oplysningerne på deres vegne og anvende oplysningerne til at indhente forskellige tilbud på produkter og tjenesteydelser.

Øget gennemsigtighed i “gratis” digitale tjenester

Gennem de seneste ti år er der kommet en række “gratis” digitale tjenester, som Instagram, facebook, Snapchat og andre apps, som giver forbrugerne adgang til forskellige ydelser uden betaling i kroner og øre. Betingelsen for at benytte tjenesterne er derimod ofte, at man som bruger accepterer, at tjenesten får adgang til personoplysninger og andre personlige data. Mange forbrugere er imidlertid ikke opmærksomme på, hvilke personlige data de giver tjenesterne adgang til, samt hvordan de vil blive anvendt. Der er endvidere en tendens til, at forbrugerne oplever vanskeligheder ved at afmelde sig de digitale tjenester. Regeringen vil derfor arbejde for, at EU-Kommissionens revision af forbrugerrettighedsdirektivet og forslaget vedrørende online “gratis” digitale tjenester, som er fremsat i forbindelse med “A New Deal for Consumers”, vil øge gennemsigtigheden. Samtidig skal forbrugerne gøres bedre i stand til at forstå værdien af deres data.

Initiativ 6: Øget gennemsigtighed i “gratis” digitale tjenester

- Det skal være klart for forbrugerne, hvad deres rettigheder er, når de benytter “gratis” digitale tjenester.
- Forbrugerne skal have bedre forudsætninger for at forstå, hvad de giver samtykke til, når de anvender “gratis” digitale tjenester. Der igangsættes blandt andet et adfærdsforsøg vedrørende udformningen af samtykke til markedsføring ved sådanne tjenester.

Nem og sikker nethandel

Nethandlen blomstrer i Danmark, og danske forbrugere handler mere i danske og udenlandske netbutikker end forbrugere i andre lande. Den øgede nethandel giver forbrugerne gode muligheder for at spare både tid og penge. Regeringen ønsker at understøtte den fortsatte udvikling af en nem og sikker nethandel for danskerne.

Små og mellemstore virksomheder skal samtidig have de bedste muligheder for at udnytte de nye teknologier. I forbindelse med den digitale vækststrategi har regeringen derfor etableret et e-handelscenter, der skal fremme danske små og mellemstore virksomheders brug af nethandel.

¹ Dansk Forening for Internethandel.

Øget gennemsigtighed på online platforme

Mange forbrugere anvender online platforme, når de skal vælge eller købe nye produkter. Det kan for eksempel være portaler, der sammenligner forskellige produkter og priser, og derefter guider forbrugerne hen til konkrete virksomheder, hvor de kan købe produktet.

Portalerne spiller en stigende rolle, når forbrugerne vælger, hvad de køber og hos hvem.

I nogle tilfælde kan det være svært at gennemskue, om resultaterne af en søgning præsenterer tilbud fra alle virksomheder eller kun de virksomheder, som portalen samarbejder med og får betaling fra. Det kan være uklart, hvordan resultaterne er sorteret, og om portalen for eksempel får betaling for at præsentere et bestemt søgeresultat. Endelig kan det være uklart for forbrugeren, om det er portalen eller en anden virksomhed, som har ansvaret for det produkt, som købes via platformen. Det har konsekvenser for forbrugernes muligheder for at gennemskue markedet og foretage aktive valg, men også for virksomhedernes muligheder for at drive forretning og for konkurrencen på markedet.



Fakta 1
Nethandel i Danmark

Nethandel er i kraftig vækst i Danmark. Fra 2015 til 2016 steg nethandlen med 15 pct. Der bliver i dag nethandlet for over 100 mia. kr. årligt, hvilket svarer til 10 pct. af den samlede detailomsætning.¹





Det er vigtigt, at forbrugerne kan være trygge ved at købe produkter på nettet.

Regeringen ønsker en høj grad af gennemsigtighed omkring online platforme, fordi mange forbrugere har gavn af dem, når de skal finde de produkter, der bedst passer til deres behov. Regeringen vil derfor arbejde for, at EU-Kommissionens revision af forbrugerrettighedsdirektivet i forbindelse med “New Deal for Consumers” og deres forslag om online platforme vil øge gennemsigtigheden både for forbrugerne og for de virksomheder, der anvender platforme.

Initiativ 7: Øget gennemsigtighed på online platforme

- Regeringen vil arbejde for, at den kommende EU-regulering af online platforme øger gennemsigtigheden for forbrugerne og virksomheder.

Bedre produktsikkerhed ved køb over nettet

Danske virksomheder køber i stigende grad produkter i andre EU-lande eller i lande uden for EU, som de sælger videre til de danske forbrugere.

Det rejser nogle udfordringer, da produkter købt i udlandet ikke altid lever op til danske krav til sikkerhed og

sundhed. De kan for eksempel være mærket forkert, mangle brugsanvisningen, ikke være kontrolleret korrekt og i værste fald være farlige for forbrugerne at anvende.

Det er vigtigt, at forbrugerne kan være trygge ved at købe produkter på nettet, og at de alternativt kan udfordre udviklingen af nethandlen, hvis det ikke er tilfældet.

Derfor arbejder regeringen på at styrke markedsovervågningen af nethandel, så indsatsen mod usikre og sundhedsskadelige produkter online bliver mere ensartet og effektiv. Regeringen sætter fokus på produktsikkerheden blandt små- og mellemstore virksomheder, fordi det især er dem, der kan have svært ved at gennemskue, hvilke regler der gælder, og hvad de skal gøre, når de videresælger produkter købt i udlandet. Regeringens markedsovervågningsudvalg har primo 2018 gennemført en koordineret kommunikationsindsats med fokus på at formidle regler og råd om produktsikkerhed bedre til nethandelvirksomhederne. Samtidig igangsættes en kampagne om sikker nethandel, som skal bidrage til, at danske forbrugere bliver mere bevidste om mulige risici, og om hvordan de kan navigere uden om farlige og sundhedsskadelige produkter, når de handler online.

Initiativ 8: Bedre produkt-sikkerhed ved køb over nettet

- Det er regeringens ambition at styrke markedsovervågningen af nethandel, så indsatsen mod usikre og sundhedsskadelige produkter online bliver mere ensartet og effektiv.

Initiativ 9: Sikker nethandel – også uden for EU

- Regeringen vil iværksætte en forbrugerrettet kampagne om sikker nethandel. Kampagnen skal bidrage til, at danske forbrugere bliver mere bevidste om de mulige risici både i forhold til produktsikkerhed, forbrugerrettigheder og pligter, og om hvordan de kan navigere uden om farlige og sundhedsskadelige produkter, når de handler online.

Rimelige returregler for brugte varer

Nethandel giver forbrugerne gode muligheder for at spare tid og penge. Regeringen ønsker derfor at understøtte den fortsatte udvikling af nethandel. Når forbrugere køber varer over nettet, er det vigtigt, at de ikke stilles ringere, end når de handler i fysiske butikker. Derfor er forbrugerne blandt andet sikret en 14-dages returret ved nethandel, så de får mulighed for at se og eventuelt prøve den købte vare. Efter de gældende regler kan en forbruger returnere varer købt på nettet, selvom forbrugeren potentielt kan have brugt varen mere end, hvad man normalt ville kunne med varer købt i en butik. Netbutikkerne er således forpligtede til at tage varer retur, der ikke længere fremstår som nye. Det kan for eksempel være tøj, der er blevet

brugt, eller elektronik med tydelige mærker efter brug. Det kan være byrdefuldt for netbutikkerne – særligt hvis de ikke driver salg med brugte varer. Den nuværende returret skaber således en potentielt uhensigtsmæssig byrdefuld situation for netbutikkerne, som de fysiske butikker ikke omfattes af.

Regeringen vil i forbindelse med den kommende revision af EU's forbrugerrettighedsdirektiv arbejde for at sikre den rette balance mellem forbrugerens og den erhvervsdrivendes interesser i forbindelse med returnering af varer købt over nettet.

Initiativ 10: Rimelige returregler for brugte varer

- Regeringen vil i EU arbejde for at sikre den rette balance mellem forbrugere og virksomheder i forbindelse med returnering af varer købt over nettet.

Bedre beskyttelse ved kviklån

Den øgede digitalisering har gjort det nemmere for forbrugerne at optage kortfristede forbrugslån, også kaldet kviklån. En analyse viser, at mere end 50 pct. af forbrugerne ikke overvejer andre alternativer end det kortfristede forbrugslån, de ender med at optage, og at mere end 40 pct. af låntagerne efterfølgende fortryder, at de optog et kortfristet forbrugslån.² Det indikerer, at forbrugerne ofte handler impulsivt og ud fra begrænsede overvejelser om pris og konsekvens, når de optager et kortfristet forbrugslån.

På den baggrund blev der i 2016 indført en betænkningsperiode på 48 timer ved optagelsen af kortfristede forbrugslån.

² Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens analyse af markedet for kviklån, 2015.

Efter indførelsen af betækningsperioden tyder en undersøgelse imidlertid på, at flere udbydere af kortfristede forbrugslån har ændret deres produkter, så de i stedet for kortfristede lån tilbyder andre kredittyper, der falder uden for definitionen af kortfristede lån.³ Disse låntyper er ikke omfattet af kravet om en betækningsperiode på 48 timer. Kreditgivere har imidlertid en forpligtelse til at foretage en vurdering af kundens evne til at tilbagebetale lånet, en såkaldt kreditvurdering.

Formålet med at indføre den obligatoriske betækningsperiode på 48 timer i 2016 var at sikre, at forbrugeren i højere grad får mulighed for at overveje lånebehovet og lånet og eventuelt afsøge markedet for alternative finansieringskilder. Set i lyset af at flere kviklånsudbydere siden er begyndt at udbyde låntyper, der ikke omfattes af betækningsperioden, men af kreditaftalelovens øvrige regler, kan der stilles spørgsmålstegn ved, om betækningsperioden fortsat sikrer en reel beskyttelse af forbrugeren. Det er regeringens ambition, at betækningsperioden skal være effektiv.

Regeringen ønsker samtidig at øge tilsynet med udbydere af forbrugslån, der ikke har en banktilladelse. Det skal være med til at understøtte, at

forbrugere ikke optager lån, som de ikke har råd til at betale tilbage.

Udbydere af forbrugslån har hidtil været underlagt Forbrugerombudsmandens generelle adfærdstilsyn. Fremover vil disse udbydere endvidere blive underlagt Finanstilsynets tilsyn. Forbrugerombudsmanden vil fortsat have mulighed for at gribe ind over for udbydernes markedsføring og prisoplysning.

Initiativ 11: Bedre forbrugerbeskyttelse ved optagelse af kviklån

- Der nedsættes en arbejdsgruppe bestående af Erhvervsministeriet og Justitsministeriet, der skal undersøge, hvorledes den ønskede beskyttelse af forbrugerne ved optagelse af de pågældende lån kan sikres. Branchen og interesseorganisationer vil i fornødent omfang blive inddraget i arbejdet.

Initiativ 12: Øget tilsyn med kviklån

- Tilsynet med udbydere af forbrugslån, herunder kviklån, lægges under Finanstilsynet.

³ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens undersøgelse af forbrugslånsmarkedet efter indførelse af betækningsperioden, 2018.



Regeringen ønsker at øge tilsynet med udbydere af forbrugslån, der ikke har en banktilladelse.

Målrettede oplysningskrav

⁴ National repræsentativ surveyundersøgelse foretaget for Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen i 2017.

⁵ Martin J. Eppler & Jeanne Mengis: The Concept of Information Overload: A Review of Literature from Organization Science, Accounting, Marketing, MIS, and Related Disciplines (2010).

Den forbrugerrettede regulering indeholder omfattende og detaljerede krav om, hvilke oplysninger virksomhederne skal give til forbrugere, og hvornår oplysningerne skal gives. Oplysningerne kan – på grund af mængden heraf – være svære at overskue for forbrugere, og nogle gange kommer oplysningerne på et tidspunkt, hvor de ikke er relevante i forbrugernes købsproces. Det gælder ikke mindst, når forbrugere handler på nettet. Eksempelvis viser en undersøgelse, at tre ud af fire danske forbrugere, som regel eller altid sætter flueben ved handelsbetingelserne på nettet uden at læse dem først.⁴ Det kan betyde, at forbrugere bliver bundet

af vilkår, de ikke var opmærksomme på, eller at de ender med at betale for meget for produkter, der måske ikke passer til deres behov.

Regeringen vil gøre op med tankegangen om, at flere oplysninger pr. automatik skaber bedre forbrugerbeskyttelse. Oplysningerne skal have reel værdi for forbrugere. Det betyder, at oplysninger skal gives i et sprog og i et omfang, som er til at forstå, og at oplysningerne skal komme på det rette tidspunkt i forbrugernes købsproces. Det kan styrke forbrugernes muligheder for at træffe de valg, der passer til deres behov.



Fakta 2 Information overload

Test viser, at vi reelt kun kan overskue en begrænset mængde nøgleinformation, når vi står i en købsituation. Det er derfor vigtigt at prioritere, hvilke oplysninger vi som forbrugere præsenteres for, hvis informationen skal have værdi. Ellers risikerer man, at mange forbrugere ikke forholder

sig til væsentlig information, fordi den drukner i mængden. Præcist hvor mange informationer, der skal til for at medføre såkaldt information overload, afhænger blandt andet af informationens kompleksitet samt den beslutning, som forbrugeren skal træffe på baggrund af informationen.⁵



Oplysninger skal gives i et sprog og i et omfang, som er til at forstå, og skal komme på det rette tidspunkt i forbrugernes købsproces.

Målttede oplysningskrav ved nethandel

Det er vigtigt, at oplysningskravene er tilpasset den digitale virkelighed, så nethandel på alle platforme kan foregå smidigt for både forbrugere og virksomheder. De mange nye muligheder, som den digitale udvikling skaber, kan udnyttes af virksomhederne til gavn for forbrugerne. Formålet er ikke at begrænse forbrugernes rettigheder eller forringe deres vilkår, men at forbedre forbrugernes mulighed for at sammenligne produkter og vilkår på tværs af udbydere og forbedre forbrugernes forudsætninger for at gøre sig bekendt med den mest relevante information.

Den relevante regulering bygger i høj grad på EU-regulering, og indsatsen for at modernisere reglerne skal primært ske i de relevante organer i EU.

Det er regeringens ambition at gøre det nemmere for forbrugerne at blive bekendt med alle relevante oplysninger og dermed sikre et fortsat højt niveau af forbrugerbeskyttelse. Samtidig er formålet at gøre det nemmere for forbrugerne at forholde sig aktivt til aftaleindholdet og sammenligne

produkter og vilkår på tværs af markedet samt at forbedre virksomhedernes muligheder for at udvikle nye innovative løsninger til nethandel, der kan gøre det nemmere at være forbruger.

Initiativ 13: Målttede oplysningskrav ved nethandel

Regeringen vil:

- arbejde for at gøre op med tankgangen om, at flere oplysninger pr. automatik skaber bedre forbrugerbeskyttelse.
- arbejde for, at forbrugernes gives oplysninger, der har reel værdi for forbrugernes, samtidig med at oplysningerne skal kunne tilgås på det rette tidspunkt i forbrugernes købsproces og være så tilpas overskuelige, at de kan bruges aktivt af forbrugeren. Som led i arbejdet udarbejdes en undersøgelse af, hvordan handelsbetingelser ved nethandel kan formidles, så forbrugernes nemmere kan forstå og sammenligne vilkår og betingelser fra forskellige netbutikker. Resultaterne skal understøtte regeringens indsats i EU.

Ensartede krav skal styrke gennemsigthed

Der findes i dag en række oplysningskrav i den forbrugerrettede regulering, der er formuleret forskelligt, men som indholdsmæssigt dækker over det samme. For eksempel skal moms og andre afgifter altid indregnes i prisen efter markedsføringsloven, hvorimod e-handelsloven kun kræver, at det tydeligt fremgår, om prisen er inkl. afgifter. Et andet eksempel kunne være, at oplysningsforpligtelserne ved markedsføring af boliglån ikke er gennemført enslydende i henholdsvis markedsføringsloven og i boligkreditbekendtgørelsen.

Det skaber uigennemsigthed for forbrugerne, at oplysningerne gives forskelligt, og det er ressourcekrævende for de erhvervsdrivende at sikre, at de opfylder alle oplysningskrav – særligt for de mindre virksomheder.

Der er endvidere forskel på, hvordan man definerer en "forbruger" på tværs af den forbrugerrettede lovgivning. Det danske forbrugerbegreb omfatter for eksempel både fysiske og juridiske personer, der hovedsageligt handler uden for deres erhverv, mens det EU-retlige forbrugerbegreb alene omfatter fysiske personer, der hovedsageligt handler uden for deres erhverv.

Initiativ 14: Ensretning af oplysningskrav i den forbrugerrettede regulering

Regeringen vil:

- gøre det nemmere for forbrugerne at identificere relevante oplysninger ved i videst muligt omfang at ensrette ordlyden af de oplysningskrav i den forbrugerrettede lovgivning, der er formuleret forskelligt, men indholdsmæssigt dækker over det samme. Det skal samtidig lette unødige byrder for erhvervsdrivende.
- arbejde for, at der også på EU-niveau bruges ensartede formuleringer af oplysningskrav.
- iværksætte en kortlægning af forbrugerbegrebet på tværs af den forbrugerrettede regulering med henblik på at vurdere, om der bør arbejdes for at ensarte det danske civilretlige forbrugerbegreb og det EU-retlige forbrugerbegreb.

Færre oplysningskrav ved boligfinansiering

Forbrugerne skal i dag have en lang række oplysninger, både ved markedsføring af boliglån og i rådgivningen forud for aftaleindgåelsen. Formålet med reglerne er, at forbrugerne skal kunne sammenligne lån fra forskellige udbydere og træffe deres beslutning på et oplyst grundlag. Undersøgelser viser imidlertid, at det i praksis er svært for os som forbrugere at gennemskue indhold og sammenhæng mellem alle oplysningerne på grund af omfanget og de mange fagspecifikke udtryk. Det medfører en risiko for, at vi ikke opfanger den relevante information, og derfor ikke træffer beslutning ud fra et tilstrækkeligt kvalificeret grundlag.

Fordi de mange oplysningskrav skal stå samlet, kan omfanget samtidig gøre det vanskeligt for de erhvervsdrivende at udvikle nye innovative løsninger, der kan gøre det nemmere for forbrugerne at afsøge markedet. Det kan for eksempel være svært at vise alle oplysningerne på en smartphone eller tablet.

I 2007 blev reglerne om rådgivning om boliglån skærpet, fordi man forventede, at antallet af boliglåntyper ville vokse i forbindelse med indførelsen af reglerne om særligt dækkede obligationer. Det ville kunne gøre det vanskeligere for forbrugeren at vælge det rigtige boliglån. Derfor blev der indført en pligt til, at købere skal bekræfte den udøvede rådgivning i forbindelse med boligfinansiering på papir eller andet varigt medium. Reglen skulle sikre, at der blev skabt en fælles forståelse mellem forbruger og långiver om, hvilken rådgivning forbrugeren havde modtaget.

I praksis er bankens dokumentationspligt ved rådgivning blevet til ét blandt mange andre dokumenter, der skal underskrives i en proces, hvor forbrugers fokus er rettet mod drømmeboligen. En anden utilsigtet effekt af dokumentationspligten er, at det i praksis kan være svært for forbrugeren at løfte bevisbyrden, hvis forbrugeren oplever rådgivningen som mangelfuld, fordi banken med forbrugers underskrift kan dokumentere, at der er ydet rådgivning, uanset hvordan kvaliteten så måtte have været.



Initiativ 15: Færre oplysningskrav ved boligfinansiering

Regeringen vil:

- revidere de nationale særregler i prisoplysningsbekendtgørelsen om, at pengeinstitutter skal give en række oplysninger i pengeinstituttets forretningslokale og på internettet. Der skal i den forbindelse gennemføres en vurdering af, hvilke oplysninger der skal gives og i hvilken form.
- arbejde i EU for oplysningskrav ved boligfinansiering, der gør det nemmere for forbrugerne at sammenligne lånetilbud og vilkår og forbedrer sektorens muligheder for at udvikle nye innovative løsninger. Det handler primært om boligkreditdirektivets oplysningskrav, herunder ved markedsføring af lån, ved rådgivningen forud for aftaleindgåelsen samt i relation til den endelige låneaftale.
- ophæve kravet om, at forbrugeren skriftligt skal bekræfte rådgivningen om valg af boliglån, da dokumentationspligten ikke opfylder det til tænkte beskyttelsesformål.
- iværksætte et adfærdsforsøg af, hvordan det kan blive nemmere for forbrugerne at afsøge lånemarkedet, herunder hvilke oplysninger der skaber værdi for forbrugerne i den indledende afsøgning af markedet.

Ophæv dansk risikomærkning af boligfinansiering

I kølvandet på finanskrisen blev der indført en række regler, der havde til formål at styrke forbrugerbeskyttelsen. I Danmark blev der blandt andet indført risikomærkning af boliglån, som betød, at disse produkter i dag klassificeres som "røde", "gule" eller "grønne", alt efter hvor risikabelt produktet er.

Formålet med mærkningen af boliglån var at sikre forbrugerne mod meget risikable lån. Næsten alle udbudte boliglån og boligkreditter har imidlertid vist sig at falde i kategorien "gul". En national repræsentativ undersøgelse viser desuden, at 83,5 pct. af forbrugerne hverken bemærkede eller fandt risikoklassificering brugbar ved optagelse af boliglån.⁶

Regeringen vil gerne ophæve risikomærkningen af boliglån. Ordningen videreføres dog for andelsboliger mv. Det skyldes, at andelsboligforeningers økonomiske dispositioner træffes af en andelsboligforening på vegne af de andelshavere, der indgår låneaftalen med den finansielle virksomhed samt fremtidige andelshavere, der ikke nødvendigvis har haft samme direkte opmærksomhed rettet mod konsekvenserne af foreningens økonomiske dispositioner, som for eksempel den enkelte boligejer. Oplysning om risikoklassificering af andelsforeningens lån og finansielle aftaler fremgår af en forenings nøgleoplysningsskema og bidrager derved til gennemsigtighed og til eksisterende og kommende andelshaveres forståelse af risici.

⁶ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, 2017.

Initiativ 16: Ophæv dansk risikomærkning af boligfinansiering

Regeringen vil:

- ophæve risikomærkningen af boliglån, som ikke bidrager til forbrugernes forståelse af risici og bebyrder långiver unødigt. Risikomærkning af boligfinansiering for andelsboligforeninger, der bidrager til eksisterende og kommende andelshaveres forståelse af risici, vil blive fastholdt.

Nemmere information på forsyningsområdet

De fleste danske forbrugere anvender dagligt el, og omkring 400.000 danskere anvender gas. På fremtidens elmarked får efterspørgselssiden en større rolle, blandt andet fordi udrulningen af fjernaf læste målere og implementering af afregning på timebasis medvirker til, at valgmulighederne bliver forøget, og forbruget gøres mere fleksibelt.

På elområdet har forbrugerne siden introduktionen af elengrosmodellen i 2016 kun modtaget én elregning. De mange oplysninger på fakturaen kan imidlertid medvirke til, at forbrugerne har svært ved at navigere i oplysningerne på forsyningsområdet. Undersøgelser vedrørende efterspørgsel på detailmarkedet for el viser, at forbrugerne har svært ved at gennemskue priserne.⁷

I samarbejde med sektoren vil der derfor blive sat fokus på, hvordan en aktiv forbrugeradfærd kan styrkes i første omgang på elmarkedet.

På gasområdet modtager mange forbrugere stadig to regninger. En regning for levering af gas og en regning for selve gassen. Dette vurderes at hæmme konkurrencen på detailmarkedet. Derfor undersøges mulighederne for, at forbrugerne fremadrettet kun modtager én samlet regning.

Initiativ 17: Nemmere information på forsyningsområdet

Regeringen vil:

- iværksætte et adfærdsforsøg i samarbejde med sektoren, der skal afdække, hvordan man kan understøtte aktive forbrugere på elmarkedet, herunder hvordan man kan gøre prisstrukturen enklere samt gøre det nemmere for forbrugerne og el-virksomheder at gennemføre skift af elleverandør.
- undersøge muligheden for, at forbrugere af gas kun modtager én gasregning i overensstemmelse med forsyningsstrategien, Forsyning for Fremtiden, 2016.

⁷ Dansk Energi (2018).

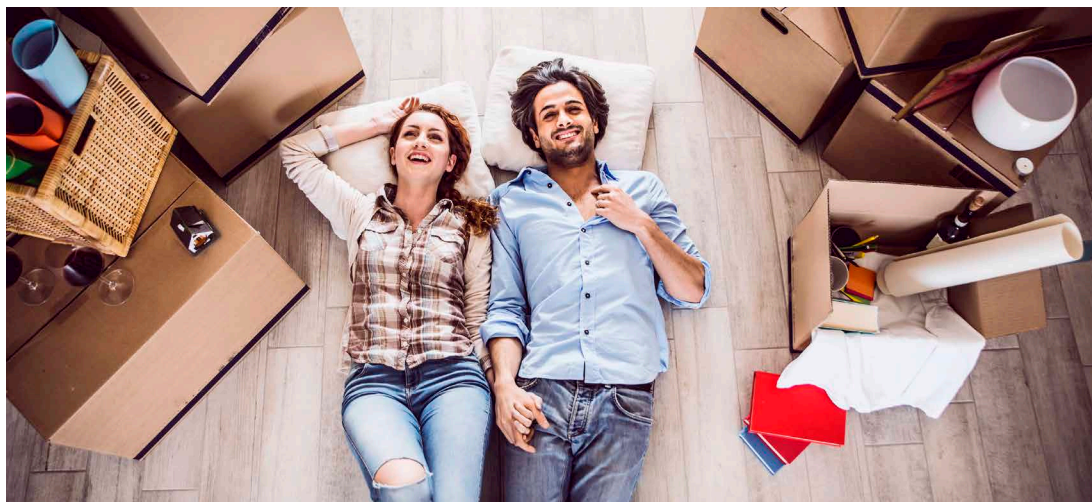
Nemmere at handle bolig

Beslutninger om boligfinansiering er for mange forbrugere den største privatøkonomiske beslutning i et helt liv. Boliglån er produkter på et marked præget af store mængder information og svært sprog, og meget af reguleringen er baseret på EU-regler. Samtidig kommer meget af informationen på et tidspunkt i beslutningsprocessen, hvor vores primære fokus som forbrugere er selve drømmeboligen, og i langt mindre grad på finansieringen. Således handler vores finansieringsovervejelser måske ofte mere om, hvor stor en

købesum man som forbruger kan godkendes til, end om hvor man finder det bedste og billigste lånetilbud.

For eksempel viser en undersøgelse, at tre ud af fem forbrugere indhenter finansieringstilbud fra én bank, når de skal finansiere deres bolig.⁸ Tæt på 70 pct. af dem, der kun opsøger en udbyder, føler sig desuden sikre på, at de får det bedst mulige tilbud – også selvom de ikke har et konkurrerende tilbud at sammenligne med.

⁸ Survey foretaget af Wilke for Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, juni 2017.





Det skal være lettere for forbrugerne at blive opmærksomme på, at der kan være forskel på lånetilbud.

Det er uhensigtsmæssigt, både for forbrugerne og for konkurrencen mellem udbydere, når forbrugerne ikke sammenligner udbydere og forhandler vilkår, når de optager et boliglån, og kan i værste fald betyde, at forbrugeren ender op med et unødigt dyrt lån eller et lån, der på anden vis ikke matcher forbrugers behov.

Nemmere at sammenligne lånetilbud

Det skal være lettere for forbrugerne at sammenligne lånetilbud. Det kræver, at forbrugerne skal forholde sig til færre oplysninger, og at forbrugerne bliver opmærksomme på, at der kan være forskel på de enkelte lånetilbud.

Regeringen vil derfor arbejde for at indføre en standardiseret og simpel forside til lånetilbud, som skal gøre det nemmere for forbrugerne at sammenligne lånetilbud.

Det skal også være lettere for forbrugerne at blive opmærksomme på, at der kan være forskel på lånetilbud. Konkurrencerådet har i sin analyse af realkreditmarkedet anbefalet, at det fremgår af de salgsoptillinger, der vises på ejendomsmægleres

hjemmesider, at der kan være forskelle i låneomkostningerne på lån fra forskellige realkreditudbydere, for eksempel ved at inkludere sammenlignelige finansieringsforslag i salgsoptillingerne. Forslaget vil gøre det nemmere for forbrugerne at se, hvad et realkreditlån koster hos de forskellige realkreditselskaber og på den måde understøtte forbrugerne at finde frem til det boliglån, der til den bedste pris passer bedst til den enkeltes behov.

Initiativ 18: Nemmere at sammenligne lånetilbud

Simpel forside til lånetilbud

- Regeringen vil arbejde for indførelsen af en standardiseret og simpel forside til lånetilbud, som skal hjælpe forbrugerne til at sammenligne de væsentligste oplysninger, der har betydning for deres private økonomi.

Husk at tjekke boliglån

- Regeringen vil udarbejde forslag om, at salgsoptillinger i fremtiden kommer til at henvise til Tjek Boliglån, så forbrugernes aktive valg af boliglån understøttes.

Forbrugervenlige tilstandsrapporter og elinstallationsrapporter

Mange forbrugere har svært ved at forstå indholdet og betydningen af de tilstands- og elinstallationsrapporter, som de får udarbejdet i forbindelse med køb og salg af bolig.

Undersøgelser foretaget af Sikkerhedsstyrelsen peger på, at forbrugerne har svært ved at forstå indholdet af rapporter, fordi strukturen er ulogisk, formidlingen er tung, og layoutet ikke understøtter forståelsen. Begge rapporter bruger de såkaldte K-værdier (K1, K2, K3), men værdierne betyder noget forskelligt i de to typer af rapporter. Derfor misforstår forbrugerne ofte, hvad værdierne betyder, og hvordan de kan anvendes. Udfordringerne bidrager samlet set til at reducere forbrugernes retssikkerhed og tillid til rapporter. Den manglende gennemsigtighed kan

skabe grundlag for unødige tvister mellem huskøber og forsikringsselskab. Derudover bliver rapporterne sjældent brugt aktivt af forbrugerne som et afsæt til for eksempel at få udbedret ulovlige og farlige elinstallationer og vedligeholdelse af boligen.

Initiativ 19: Forbrugervenlige tilstandsrapporter og elinstallationsrapporter

- Regeringen vil gøre det nemmere for forbrugerne at forstå og anvende tilstands- og elinstallationsrapporter i forbindelse med bolighandel. Derfor skal rapporterne formidles bedre, blandt andet ved brug af digitale løsninger. Endelig skal karakter-systemet til klassificering af skader/fejl (K-værdierne) revideres.

⁹ Gennemført af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, 2017.



Fakta 3

Sammenligning af lånetilbud – et forsøg

Forsøg har vist, at der var stor forskel på, om forbrugerne blev præsenteret for et almindeligt lånetilbud eller et lånetilbud med en forside, som indeholdt udvalgte nøgletal fra lånetilbuddet. De testdeltagere, der blev præsenteret for lånetilbud, hvor nøgletallene var fremhævet på forsiden, havde markant flere rigtige svar og brugte kortere tid på at gennemføre en række stillede opgaver end de testdeltagere, der alene

modtog de oprindelige lånetilbud. For eksempel kunne 95 pct. af deltagerne identificere, hvilket lån der havde den laveste månedlige ydelse, hvis de fik udleveret forsiden, mens det kun gjaldt 50 pct. af de deltagere, som kun modtog de oprindelige lånetilbud. Dertil kom, at deltagernes frustrationsniveau steg med op til 600 pct., når de bladrede væk fra den indsatte forside og blev bedt om at gennemgå de oprindelige lånetilbud.⁹

Markedsføring i en digital virkelighed

Digitaliseringen har medført, at forbrugere kan få markedsføring via mange forskellige kanaler. Både det offentlige rum og forbrugernes newsfeed på de sociale medier er fyldt med markedsføring. Kampen om forbrugernes opmærksomhed er hård. Det er derfor vigtigt at værne om retten til privatlivets fred. Som forbrugere skal vi kunne vælge til og fra, så den markedsføring, vi modtager, samlet set giver os værdi.

Uanmodet henvendelse til forbrugere

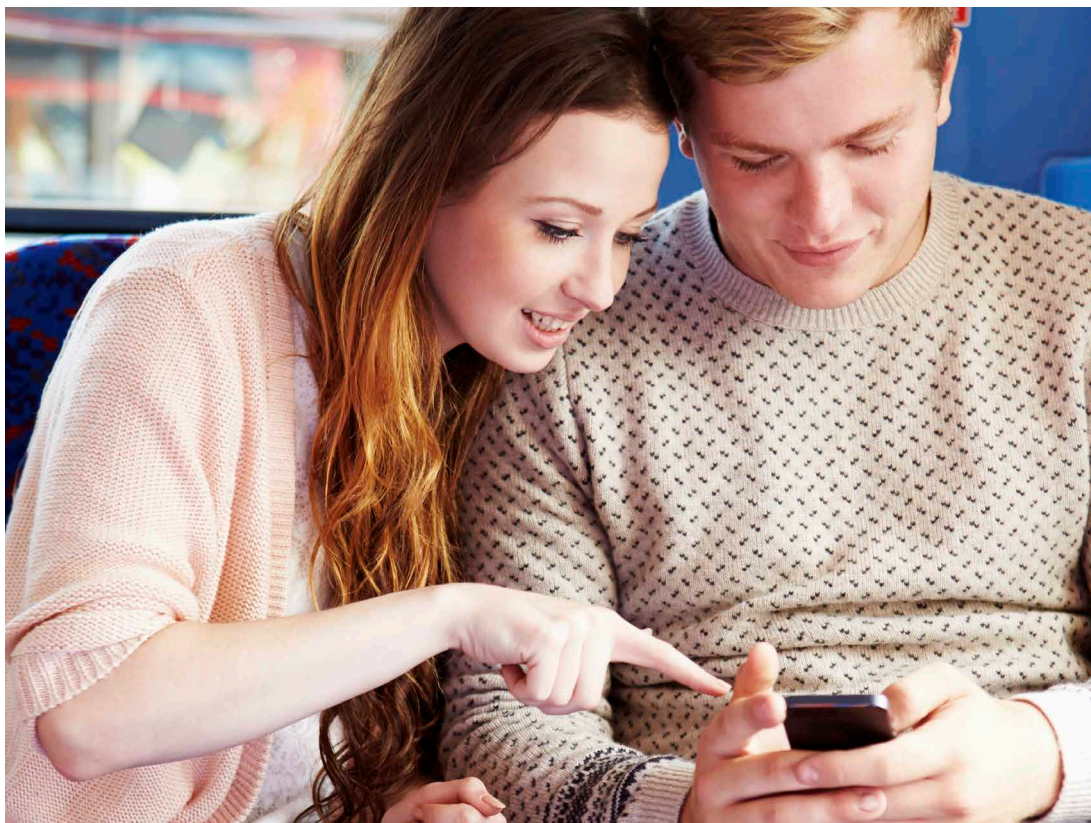
I dag er der forskel på, hvordan virksomhederne må kontakte forbrugere, alt afhængig af om kontakten foregår via brev, e-mail, uadresserede henvendelser eller telefonisk. Et forsikringselskab må for eksempel ikke henvende

sig til en forbruger via e-mail, men må gerne kontakte samme forbruger telefonisk, selvom det for nogle forbrugere vil anses for at være et større indgreb i privatlivets fred.

Erhvervsdrivende må dog som udgangspunkt heller ikke kontakte forbrugere telefonisk, medmindre de har fået et udtrykkeligt samtykke. Der er imidlertid enkelte undtagelser til forbuddet, for eksempel er det tilladt at ringe med tilbud om forsikringer, redningstjenester, bestilling af bøger eller abonnementer på aviser og andre tidsskrifter. Undtagelserne er oprindeligt begrundet i samfundsmæssige hensyn, men samfundet har udviklet sig meget, siden undtagelserne blev indført i 1978.



Som forbrugere skal vi kunne vælge til og fra i den markedsføring, vi modtager.



Regeringen vil undersøge, om reglerne for uanmodet kontakt til forbrugerne er tidssvarende, digitaliseringsparate og varetager de tiltænkte hensyn, eller om der er behov for ændringer af undtagelserne, som vil skulle ske inden for rammerne af EU-Kommissionens revision af direktivet om urimelig handelspraksis og forslaget vedrørende uanmodet henvendelse, som er fremsat i forbindelse med "A New Deal for Consumers". Regeringen vil desuden undersøge behovet for en ajourføring af den såkaldte Robinsonliste, der blev oprettet i 2000, hvor forbrugere kan frabede sig uopfordrede skriftlige og telefoniske henvendelser i markedsføringsøjemed.

Initiativ 20: Tidssvarende regler for uanmodet henvendelse til forbrugerne

- Regeringen vil undersøge, om reglerne for uanmodet kontakt til forbrugerne er tidssvarende, digitaliseringsparate og varetager de tiltænkte hensyn, eller om der er behov for ændringer af undtagelserne.
- Regeringen vil undersøge behovet for en ajourføring af Robinsonlisten, der blev oprettet i 2000, hvor forbrugere kan frabede sig uopfordrede skriftlige og telefoniske henvendelser i markedsføringsøjemed.

Målrettet markedsføring ved livsfaseskift

Forbrugere bliver i dag eksponeret for mere markedsføring end nogensinde før. Hvis den markedsføring, forbrugere modtager, ikke blot skal udgøre et forstyrrende element i hverdagen, men opleves som værdifuld og understøtte forbrugere i at træffe aktive beslutninger, skal den derfor i højere grad tilpasses vores individuelle situation og behov.

Når vi bliver gift, flytter i ny bolig eller får børn, vil det ofte være relevant at gennemgå for eksempel forsikringsforhold, skifte tandlæge eller elleverandør. Mange forbrugere udnytter imidlertid ikke denne mulighed til at foretage et valg. Alt for få forbrugere skifter således udbyder. Det gælder især på markeder, hvor forbrugeren har begrænset erfaring, eller hvor produkterne er svære at forstå og sammenligne. Der kan samtidig være tale om markeder, hvor der kan være mange penge at spare. Målrettet markedsføring kan således både være en fordel for forbrugere og samtidig skabe gode konkurrencevilkår.

Initiativ 21: Adfærdsforsøg med målrettet markedsføring

- Der iværksættes en undersøgelse af, hvordan forbrugere gennem tilvalg af markedsføring, der er relevant for deres livsfaseskift, i højere grad kan understøttes i at træffe aktive valg på markeder, hvor forbrugeraktiviteten generelt er lav.

Aktiv brug af abonnementer

Udbredelsen af abonnementsordninger er de seneste år steget kraftigt, og en stor del af abonnementsordningerne tegnes på nettet. I dag kan forbrugere få abonnement på både fitness, frugt-kasser, streamingtjenester, delebiler og meget mere. Abonnementsordninger kan være fordelagtige for både forbrugere og de erhvervsdrivende, men kan også være forbundet med ulemper. Mange forbrugere glemmer for eksempel at opsigte abonnementer, der ikke længere bruges. Det er hverken til gavn for den enkelte forbruger eller konkurrencen på markedet. Der findes eksempler på, at det kan være uforholdsmæssigt svært at afmelde sit abonnement. Det kan for eksempel være på grund af krav om fysisk fremmøde eller anden personlig kontakt ved opsigelse, krav om udfyldelse af omfattende blanketter eller andre ting, der besværliggør processen for forbrugeren. Regeringen ønsker, at det skal være nemmere for forbrugere at opsigte et abonnement.

Initiativ 22: Nemmere at opsiges abonnementer

- Regeringen vil indføre en regel om, at abonnementer som minimum skal kunne opsiges lige så simpelt og via samme medie, som da abonnementet blev oprettet.

Initiativ 23: Styrket fokus på passive abonnementer

- Regeringen vil undersøge, hvordan forbrugernes opmærksomhed omkring betalingen af løbende abonnementsydelse kan styrkes, samt hvordan antallet af passive forbrugere på markeder med abonnementsydelse i øvrigt kan reduceres.

Bøder på niveau med sammenlignelige lande

En effektiv håndhævelse af reglerne er en vigtig faktor, hvis forbrugerne skal kunne handle trygt og sikkert og bidrage til en sund konkurrence mellem virksomhederne. Der skal være klare sanktioner over for brodne kar, der bevidst overtræder lovgivningen, for eksempel i form af omfattende spam af forbrugerne eller ved "abonnementsfælder" på nettet. Samtidig er det vigtigt, at sanktionsniveauet er det samme i Danmark som i andre EU-lande, når der sker overtrædelse af fælles forbrugerbeskyttende regler, hvis det indre marked og de fælles forbrugerbeskyttende regler på tværs af grænserne skal fungere.

EU-Kommissionen har i deres udspil "A New Deal for Consumers" dokumenteret, at der er store forskelle på tværs af EU i bødestørrelsen for overtrædelse af den forbrugerbeskyttende lovgivning.

På den baggrund har EU-Kommissionen fremlagt et forslag til revision af reglerne om sanktioner ved overtrædelse af de forbrugerrettede regler i EU. Der lægges blandt andet op til, at der skal indføres bøder baseret på virksomhedernes omsætning samt ensrettede kriterier for anvendelse af sanktioner på tværs af EU. Regeringen vil i den forbindelse arbejde for, at det danske bødeniveau ved overtrædelse af markedsføringsloven er retfærdigt og har en præventiv effekt. Til undersøgelse af dette vil regeringen gennemføre et nabotjek af bødeniveauet for overtrædelser af markedsføringsreglerne i sammenlignelige lande.

Initiativ 24: Bøder på niveau med sammenlignelige lande

- Det er regeringens ambition, at bødeniveauet har den rette præventive effekt. Regeringen vil derfor gennemføre et nabotjek af bødeniveauet for overtrædelse af markedsføringsreglerne i andre sammenlignelige lande. På baggrund af nabotjekket vil regeringen vurdere, om bødeniveauet i Danmark må antages at have den rette præventive effekt, eller om der er behov for at justere det danske bødeniveau.

2017/18:38

Maj 2018

Erhvervsministeriet
Slotsholmsgade 10-12
1216 København K
Tlf.: +45 3392 3350
E-mail: em@em.dk

ISBN 978-87-93635-63-0 (pdf version)
ISBN 978-87-93635-54-8 (trykt version)

Design: e-Types
Foto: Colourbox og Thinkstock
Tryk: Rosendahls

Publikationen kan hentes på:
www.em.dk

Erhvervsministeriet
Slotsholmsgade 10-12
1216 København K
Tlf.: +45 3392 3350