

Erhvervsministeriet

Sendt pr. mail til ckj@kfst.dk; nies@ftnet.dk

cc. fredkr@em.dk, mibesc@em.dk

Den 9. august 2021

Høring ifbm. evaluering af aftalen om et opgør med kviklån

Dansk Erhverv har ved mail af 11. juni 2021 modtaget ovenstående i høring og har følgende bemærkninger.

Indledende bemærkninger

I forbindelse med høringen af selve lovforslaget gav Dansk Erhverv udtryk for, at vi bakkede op om regeringens ønske om et opgør med de kviklån, der opererede med ÅOP-satser på flere hundrede procent og hvor omkostningerne ved lånene meget hurtigt blev mange gange større end lånebeløbet. Det var og er fortsat vores vurdering, at den type af lån har været med til at overgældssætte en del danskere og at det derfor var nødvendigt med et indgreb. Det er dog vigtigt at understrege, at en lang række detailhandelsvirksomheder sammen med forbrugslånsvirksomheder udbød lån, der var minimum lige så gode for forbrugerne som de klassiske pengeinstitutters produkter og vi fandt det beklageligt, at de attraktive og konkurrencedygtige forbrugslån blev sammenlignet med kviklån med tårnhøje renter og omkostninger. Vi mener fortsat, at det er godt for både forbrugerne og konkurrencen på markedet, at detailhandlen og dens samarbejdspartnere har mulighed for at tilbyde forbrugerne finansieringsmuligheder, der kan konkurrere med bankernes tilbud. På den måde sikres der en sund konkurrence på markedet for forbrugslån, hvilket er til fordel for forbrugerne.

Hvis indsatsen mod overgældsætning skal virke opfordrer vi til at regeringen i højere grad har fokus på at sikre forbrugslånsvirksomhederne adgang til alle de oplysninger, der kan sikre en grundig og tilbundsående kreditværdighedsvurdering således, at det blev sikret, at der ikke gives lån til forbrugere, der ikke kan betale lånene tilbage.

Derudover så vi gerne, at der også blev sat ind med øget undervisning i privatøkonomi overfor især unge mennesker. Vi må jo desværre konstatere, at samtidig med indgrebet mod forbrugslånsvirksomheder, så er den misligholdte SU-gæld steget markant. Fokus burde derfor i mindre grad være rettet mod at begrænse mængden af udbudte lån og langt mere på at sikre, at lånene alene blev udbetalt til forbrugere, der kunne betale lånene tilbage.

ÅOP-loftet

I vores oprindelige høringssvar gav vi også udtryk for, at vi mente, at et ÅOP-loft på 35 procent - der med markedsføringsreglerne reelt er blevet til 25 procent - var for lavt, da det især rammer de små lån med kort løbetid. Selvom et lån på alle måder er ordentligt, risikerer det at ramme ÅOP-loftet, hvis lånetiden er kort. Vi frygtede derfor, at især de små lån med kort løbetid ville forsvinde eller at løbetiden

blot vil blive forlænget for på den måde at nedbringe ÅOP-procenten også selvom det resulterede i højere samlede kreditomkostninger for forbrugerne. Den bekymring har vi stadig.

Siden vedtagelsen af loven har Danmark været ramt af corona-epidemien og detailhandlen har derfor haft al fokus på at komme helskindet igennem nedlukninger og restriktioner. På den baggrund er det efter Dansk Erhvervs opfattelse for tidligt at vurdere, hvilken effekt indførelsen af ÅOP-loftet har haft på detailhandlens muligheder for at udbyde finansieringstilbud til deres kunder og hvorvidt det indførte ÅOP-loft har forhindret overgældsættelse blandt forbrugerne.

Markedsføringsforbuddet

Mens det er for tidligt at vurdere på effekterne af ÅOP-loftet, så er der ikke nogen tvivl om, at markedsføringsforbuddet rammer skævt og især forbuddet mod markedsføring af forbrugslånsvirksomheder og forbrugslån i forbindelse med reklamer for spil og spilleselskaber, har givet problemer.

Dansk Erhverv kritiserede i vores oprindelige høringssvar, at udenlandske virksomheder, der markedsfører sig digitalt overfor danske forbrugere, ikke rammes af loftet på 25 procent i deres markedsføring – modsat de danske. Det skævvrider markedet til skade for danske virksomheder. På den baggrund skal Dansk Erhverv endnu engang opfordre til, at reglerne i markedsføringsloven ændres således, at det vil være muligt for danske virksomheder at annoncere for lån med en ÅOP op til 35 procent i alle medier og via alle salgskanaler og ikke som i dag, hvor lån med en ÅOP mellem 25 og 35 procent alene kan markedsføres i virksomhedens egne butikslokaler eller på virksomhedens egen hjemmeside. Dette vil skabe lige konkurrencevilkår mellem danske og udenlandske virksomheder.

Folketinget har allerede vedtaget enkelte ændringer til reglerne således, at det er blevet mindre besværligt for forbrugslånsvirksomheder at indgå sponsoraftaler med sportsklubber og foreninger, der eventuelt også måtte have indgået sponsoraftaler med spilleselskaber. De vedtagne ændringer har dog ikke løst det problem, at det især i forbindelse med markedsføring på elektroniske medier er umuligt for forbrugslånsvirksomhederne at sikre sig, at deres annoncer ikke vises sammen med eller i forlængelse af reklamer for spil og dermed risikerer forbrugslånsvirksomhederne at overtræde markedsføringslovens regler. Det betyder i praksis, at forbrugslånsvirksomhederne – der allerede er underlagt det nye ÅOP-loft og omkostningsloftet – forhindres i at markedsføre deres produkter på elektroniske medier.

Derudover mener Dansk Erhverv fortsat, at markedsføringsforbuddet går for vidt, når også annoncering alene med forbrugslånsvirksomhedens navn eller logo er forbudt. Der kan således være virksomheder, der forhindres i at annoncere med indlansprodukter, investeringsrådgivning eller lignende, da forbrugslånsvirksomhedens navn eller logo fremgår af annonceringen. Det har hele tiden været og er fortsat vores opfattelse, at den form for annoncering ikke udgør en risiko for overgældssætning af danske forbrugere.

Efter Dansk Erhverv opfattelse vil det ovenstående problem kunne løses ved, at det alene bliver forbudt at reklamere for konkrete forbrugslån i forbindelse med spil, men reklame for forbrugslånsvirksomheden fortsat tillades.

Samtidig finder vi det fortsat problematisk, at detailhandelsvirksomheder, der udbyder finansieringen via en samarbejdspartner – risikerer at blive ramt af markedsføringsforbuddet, hvis blot **samarbejdspartneren** i anden sammenhæng udbyder lån med en ÅOP på 25 procent eller derover, også selvom alle de lån, der udbydes i samarbejde med den konkrete detailhandelsvirksomhed, har en ÅOP-sats under 25 procent.

Med venlig hilsen

Bo Dalsgaard

Chefkonsulent