



Lovtidende A

Bekendtgørelse om ændring af bekendtgørelse om god skik for finansielle virksomheder

§ 1

I bekendtgørelse nr. 330 af 7. april 2016 om god skik for finansielle virksomheder, som ændret ved bekendtgørelse nr. 484 af 16. maj 2017, foretages følgende ændringer:

1. I § 1, stk. 2, ændres to steder »for private kundeforhold« til: »i forbrugerforhold« og »privat kundeforhold« ændres til: »forbrugerforhold« og »§ 4, stk. 4, §§ 5 og 15« ændres til: »Kapitel 2 a, § 15«.

2. I § 1, stk. 3, ændres

»§ 3, § 4, stk. 1–3,« til: »§ 3, stk. 1, kapitel 2 b,«.

3. § 1, stk. 7–11, ophæves, og i stedet indsættes:

»Stk. 7. Bekendtgørelsen finder ikke anvendelse på forsikringsdistributører, som er omfattet af bekendtgørelse om god skik for forsikringsdistributører.

Stk. 8. Investeringsforvaltningsselskaber, der har tilladelse efter § 10 i lov om finansiel virksomhed, er alene omfattet af § 17.«

4. Efter § 2 indsættes i kapitel 1 som ny paragraf:

»§ 2 a. I denne bekendtgørelse forstås ved

- 1) Forbruger: En fysisk eller juridisk person, der hovedsagelig handler uden for sit erhverv.
- 2) Handelspraksis: En handling, udeladelse, adfærd, fremstilling eller kommerciel kommunikation, herunder reklame og markedsføring, foretaget af en erhvervsdrivende med direkte relation til promovning, salg eller udbud af et produkt til forbrugerne.
- 3) God erhvervsskik: Standarden for de særlige færdigheder og den omhu, som en erhvervsdrivende med rimelighed kan forventes at udvise over for forbrugerne, og som står i rimeligt forhold til hæderlig handelspraksis eller det generelle princip om god tro inden for den erhvervsdrivendes virkefelt. Begrebet dækker det samme som begrebet »erhvervsmæssig diligenpligt«, der benyttes i direktiv 2005/29/EF om urimelig handelspraksis.
- 4) Købsopfordring: En kommerciel kommunikation, hvori produktets karakteristika og pris er oplyst på en måde, som er passende i forhold til det anvendte kommerciel-

le kommunikationsmiddel, og hvorved forbrugeren sættes i stand til at foretage et køb.«

5. I § 3 indsættes efter »kunder«: », jf. dog stk. 2«.

6. I § 3 indsættes som stk. 2:

»Stk. 2. Hvis den pågældende handelspraksis påvirker forbrugernes økonomiske interesser, finder kapitel 3 anvendelse i stedet for stk. 1. Såfremt den pågældende handelspraksis samtidig strider mod hensyn, der ikke tilsigter at varetage forbrugernes økonomiske interesser, herunder hensyn til smag og anstændighed, sikkerhed og sundhed eller andre hensyn, eller såfremt den pågældende handelspraksis er reguleret af aftaleretten, finder stk. 1 anvendelse ved siden af kapitel 2 a.«

7. § 4 og 5 ophæves, og i stedet indsættes:

»Kapitel 2 a

Handelspraksis over for forbrugerne

God erhvervsskik

§ 4. En finansiel virksomhed skal i sin handelspraksis over for forbrugerne udvise god erhvervsskik.

Vildledende handlinger

§ 5. En finansiel virksomheds handelspraksis må ikke indeholde urigtige oplysninger eller i kraft af sin fremstillingsform eller på anden måde vildlede eller kunne forventes at vildlede gennemsnitsforbrugeren, uanset om oplysningerne er faktisk korrekte.

Stk. 2. Vildledning efter stk. 1 kan relatere sig til et eller flere af følgende elementer:

- 1) Produktets eksistens eller art.
- 2) De væsentligste egenskaber ved produktet.
- 3) Omfanget af den finansielle virksomheds forpligtelser, begrundelsen for den pågældende handelspraksis og karakteren af den anvendte salgsproces.
- 4) Erklæringer eller symboler med direkte eller indirekte støtte eller godkendelse af den finansielle virksomhed eller dennes produkter.
- 5) Prisen, den måde, prisen beregnes på, eller en særlig prismæssig fordel.

- 6) Behov for eftersyn, reservedele, udskiftning eller reparation.
- 7) Den finansielle virksomheds eller dennes formidlers egenskaber og rettigheder.
- 8) Forbrugers rettigheder.
- 9) Den finansielle virksomheds overholdelse af adfærds-kodeks, som denne oplyser at være bundet af.
- 10) Forveksling med en konkurrents produkt, varemærke eller forretningskendetegn.

Vildledende udeladelser, herunder købsopfordringer og skjult reklame

§ 5 a. En finansiell virksomheds handelspraksis må ikke vildlede ved at udelade eller skjule væsentlige oplysninger eller præsentere væsentlige oplysninger på en uklar, uforståelig, dobbelttydig eller uhensigtsmæssig måde.

Stk. 2. Ved købsopfordringer betragtes følgende oplysninger som væsentlige:

- 1) Produktets væsentligste karakteristika i et omfang, der svarer til mediet og produktet.
- 2) Den finansielle virksomheds fysiske adresse og navn og, hvis en anden erhvervsdrivende handler på dennes vegne, den fysiske adresse og navnet på denne erhvervsdrivende.
- 3) Forhold vedrørende betaling, levering og gennemførelse af aftalen, i det omfang disse forhold afviger fra, hvad der er sædvanligt i branchen.
- 4) Den finansielle virksomheds fremgangsmåde i forbindelse med klagesagsbehandling, i det omfang den afviger fra, hvad der er sædvanligt i branchen.
- 5) Fortrydelsesret, afbestillingsret eller returret, hvis forbrugeren har en sådan ret.
- 6) prisen inklusive moms og afgifter.
- 7) Yderligere omkostninger vedrørende fragt, levering eller porto, i det omfang sådanne omkostninger pålægges.

Stk. 3. Når produktets art medfører, at prisen ikke med rimelighed kan beregnes på forhånd, skal den finansielle virksomhed oplyse, hvordan prisen beregnes. Når omkostninger vedrørende fragt, levering eller porto ikke med rimelighed kan beregnes på forhånd, skal det oplyses, at disse omkostninger kan forekomme.

Stk. 4. Den finansielle virksomhed skal klart oplyse den kommercielle hensigt med enhver form for handelspraksis, herunder reklame. § 5 c finder tilsvarende anvendelse.

Stk. 5. Ved vurderingen af, om oplysninger er blevet udeladt efter stk. 1 og 4, skal der tages hensyn til, om den finansielle virksomhed anvender et medie, som kun giver begrænset plads eller tid til at formidle oplysningerne, og hvilke foranstaltninger den finansielle virksomhed i givet fald har truffet for at gøre oplysningerne tilgængelige for forbrugere på anden måde.

Aggressiv handelspraksis

§ 5 b. Den finansielle virksomhed må i sin handelspraksis ikke benytte chikane, ulovlig tvang, vold eller utilbørlig påvirkning, der er egnet til væsentligt at indskrænke forbrugers valgfrihed i forbindelse med et produkt.

Væsentlig forvridning af den økonomiske adfærd

§ 5 c. Det er en betingelse for, at der er handlet i strid med §§ 4-5 b, at den pågældende handelspraksis væsentligt forvrider eller vil kunne forventes væsentligt at forvride den økonomiske adfærd hos gennemsnitsforbrugeren eller, hvis den pågældende handelspraksis rettes mod en særlig gruppe af forbrugere, hos et gennemsnitligt medlem af denne gruppe.

Stk. 2. En handelspraksis, som den finansielle virksomhed med rimelighed må formode kun forvrider den økonomiske adfærd væsentligt hos en klart identificerbar gruppe af forbrugere, der er særlig sårbare over for denne praksis eller det omhandlede produkt, herunder på grund af mentale eller fysiske handicap, alder eller godtroenhed, vurderes med udgangspunkt i et gennemsnitligt medlem af denne gruppe.

Former for handelspraksis, som altid anses for vildledende eller aggressive

§ 5 d. Uanset at der ikke er handlet i strid med §§ 5-5 b, må en finansiell virksomhed ikke anvende de former for handelspraksis, der er opregnet i bilag 1.

Kapitel 2 b

Forhold mellem erhvervsdrivende

Vildledende og utilbørlig handelspraksis mellem erhvervsdrivende

§ 5 e. En finansiell virksomheds handelspraksis må ikke være egnet til at vildlede, således at dette kan antages at påvirke andre erhvervsdrivendes økonomiske adfærd eller skade en konkurrent.

Stk. 2. Ved vurderingen af, om en finansiell virksomheds handelspraksis er vildledende efter stk. 1, skal der tages hensyn til den pågældende handelspraksis som helhed, herunder oplysninger om følgende forhold:

- 1) Egenskaberne ved produktet,
- 2) prisen eller den måde, prisen beregnes på, og betingelserne for levering af produkterne og
- 3) annoncørens status, egenskaber og rettigheder.

Stk. 3. En finansiell virksomheds handelspraksis må ikke være aggressiv eller utilbørlig over for andre erhvervsdrivende.

Kapitel 2 c

Indgåelse og ændring af aftaler

8. I § 6 ophæves stk. 4, 5. pkt., og stk. 6.

9. I § 7 ændres »Markedsføring« til: »Handelspraksis«.

10. § 13, stk. 3, ophæves.

11. Kapitel 7 ophæves.

12. I § 30, stk. 1, ændres »§ 4, § 5, stk. 1 og 2, § 6, stk. 4, §§ 16, 19 og 28« til: »§ 5, stk. 1, § 5 a, stk. 1, 3 og 4, § 5 b, §§ 5 d og 5 e, § 6, stk. 4, og § 16«.

13. Bilag 1 ophæves, og i stedet indsættes:

»Bilag 1.

Specifikke former for handelspraksis, som altid anses for vildledende eller aggressive

Vildledende handelspraksis

- 1) Den erhvervsdrivende hævder at have underskrevet en adfærdskodeks, selvom det ikke er tilfældet.
- 2) Den erhvervsdrivende fremviser kvalitetscertificering, kvalitetsmærke eller tilsvarende uden at have opnået den nødvendige tilladelse.
- 3) Den erhvervsdrivende hævder, at en adfærdskodeks er godkendt af en offentlig myndighed eller anden myndighed, selvom det ikke er tilfældet.
- 4) Den erhvervsdrivende hævder, at en erhvervsdrivende (herunder dennes handelspraksis) eller et produkt er blevet godkendt eller tilladt af en offentlig eller privat instans, selvom det ikke er tilfældet, eller fremsætter en sådan påstand uden at opfylde betingelserne for godkendelse eller tilladelse.
- 5) Den erhvervsdrivende opfordrer til at købe produkter til en bestemt pris uden at gøre opmærksom på, at der kan være rimelige grunde til at antage, at han ikke vil være i stand til at levere eller få en anden erhvervsdrivende til at levere de pågældende eller tilsvarende produkter til den pågældende pris inden for en periode og i en mængde, som er rimelig i forhold til produktet, omfanget af den reklame, der er gjort for produktet, og den opgivne pris (bait advertising).
- 6) Den erhvervsdrivende opfordrer til køb af produkter til en bestemt pris, men nægter at vise det averterede produkt for forbrugerne, eller nægter at tage imod bestilling af det eller levere det inden for et rimeligt tidsrum, eller fremviser en defekt udgave af det, fordi han agter at promovere et andet produkt (bait and switch).
- 7) Det angives i modstrid med sandheden, at produktet kun vil være tilgængeligt i meget begrænset tid, eller at det kun vil være tilgængeligt på visse betingelser i meget begrænset tid, for at fremkalde en umiddelbar afgørelse og fratage forbrugerne tilstrækkelig mulighed for eller tid til at træffe en informeret beslutning.
- 8) Den erhvervsdrivende påtager sig at yde eftersalgsservice til en forbruger, med hvem han har kommunikeret forud for transaktionen på et sprog, som ikke er et officielt sprog i den medlemsstat, hvor den erhvervsdrivende er etableret, men yder kun en sådan service på et andet sprog uden tydeligt at have tilkendegivet dette over for forbrugeren, før denne forpligtede sig i forhold til transaktionen.
- 9) Det angives, eller der gives på anden måde indtryk af, at et produkt kan sælges lovligt, selvom dette ikke er tilfældet.
- 10) Rettigheder, som forbrugeren har efter loven, fremstilles som et særligt kendetegn ved den erhvervsdrivendes tilbud.
- 11) Der anvendes redaktionelt indhold i medierne til at promovere produktet, hvor en erhvervsdrivende har betalt for en sådan reklame, uden at dette fremgår tydeligt af indholdet eller af billeder eller lyd, som tydeligt kan identificeres af forbrugeren. Dette berører ikke direktiv 89/552/EØF som kodificeret ved direktiv 2010/13/EU.
- 12) Der fremsættes en faktuel ukorrekt påstand vedrørende arten og omfanget af risikoen for forbrugers eller dennes families personlige sikkerhed, hvis forbrugeren ikke køber produktet.
- 13) Der promoveres et produkt, der ligner et andet produkt fremstillet af en bestemt producent, på en sådan måde, at forbrugeren med overlæg forledes til at tro, at produktet er fremstillet af samme producent, uden at dette er tilfældet.
- 14) Etablering, drift eller promovning af en salgsfremmende pyramideordning, hvor forbrugeren erlægges et vederlag og til gengæld stilles kompensation i udsigt, som hovedsageligt er afhængig af, om han har introduceret andre for ordningen og i mindre grad af salg eller forbrug af produkter.
- 15) Det hævdes, at lukning af den erhvervsdrivendes virksomhed eller flytning til andre lokaler er forestående, selvom det ikke er tilfældet.
- 16) Det hævdes, at produkter kan gøre det lettere at vinde i hasardspil.
- 17) Det hævdes i modstrid med sandheden, at et produkt kan helbrede sygdomme, funktionsforstyrrelser eller misdannelser.
- 18) Der gives faktuel ukorrekte oplysninger om markedsvilkår eller om muligheden for at finde produktet med henblik på at få forbrugeren til at erhverve produktet på ringere vilkår end de normale markedsvilkår.
- 19) Det hævdes som led i handelspraksis, at der afholdes en konkurrence eller et salgsfremstød med præmier, men uden de omtalte præmier eller andre rimeligt tilsvarende uddeles.
- 20) Et produkt omtales som »gratis«, »vederlagsfrit«, »uden betaling« eller lignende, selvom forbrugeren skal betale andet end de uundgåelige udgifter, der er forbundet med at reagere på den pågældende handelspraksis, samt afhentning eller betaling for levering af produktet.
- 21) I markedsføringsmaterialet indgår en faktura eller et lignende dokument, der opfordrer til betaling, og som giver forbrugeren indtryk af, at han allerede har bestilt det produkt, der markedsføres, selvom det ikke er tilfældet.
- 22) Den erhvervsdrivende i modstrid med sandheden hævder eller giver indtryk af, at han ikke handler som led i sit erhverv, sin forretning, sit håndværk eller sin profession, eller han, i modstrid med sandheden udgiver sig for at være forbruger.
- 23) Der skabes det fejlagtige indtryk, at eftersalgsservicen i forbindelse med produktet er tilgængelig i en anden medlemsstat end den, hvor produktet sælges.

Aggressiv handelspraksis

- 24) Forbrugeren bringes til at tro, at han ikke kan forlade lokalerne, før en kontrakt er indgået.
- 25) Der aflægges personlige besøg på forbrugers bopæl, uden at forbrugers ønske om, at den erhvervsdrivende skal forlade stedet eller blive væk, respekteres, idet der dog gælder en undtagelse for besøg med henblik på at håndhæve en kontraktlig forpligtelse under omstændigheder og i et omfang, der er berettiget i henhold til national lovgivning.
- 26) Der foretages vedholdende og uønskede henvendelser pr. telefon, der ikke er omfattet af forbuddet i forbrugeraftalelovens § 4, eller pr. telefax, e-mail eller andre fjernkommunikationsmedier, idet der dog gælder en undtagelse for henvendelser med henblik på at håndhæve en kontraktlig forpligtelse under omstændigheder og i et omfang, der er berettiget i henhold til national lovgivning.
- 27) Den erhvervsdrivende kræver, at en forbruger, som ønsker at anmelde en fordring i henhold til en forsikringspolice, skal fremlægge dokumenter, som ikke med rimelighed kan anses for at være relevante i forhold til fordringens gyldighed, eller han systematisk undlader at svare på korrespondance vedrørende sagen, i den hensigt at afholde forbrugeren fra at udøve sine kontraktlige rettigheder.
- 28) En reklame opfordrer direkte børn til at købe eller til at overtale deres forældre eller andre voksne til at købe de produkter til dem, som reklamen vedrører. Denne bestemmelse berører ikke artikel 9, stk. 1, litra g, i direktiv 2010/13/EU om audiovisuelle medietjenester.
- 29) Der afkræves omgående eller senere betaling for eller returnering eller oplagring af produkter, som den erhvervsdrivende har leveret, selvom forbrugeren ikke har anmodet herom, idet der dog gælder en undtagelse for erstatningsprodukter, der leveres i overensstemmelse med artikel 7, stk. 3, i direktiv 97/7/EF (levering uden forudgående anmodning).
- 30) Det meddeles udtrykkeligt forbrugeren, at hvis han ikke køber produktet eller tjenesteydelsen, vil den erhvervsdrivendes job eller levebrød være truet.
- 31) Der skabes det fejlagtige indtryk, at forbrugeren allerede har vundet, vil vinde eller ved udførelse af en bestemt handling vil vinde en præmie eller et andet tilsvarende gode, selvom faktum er, at der enten ikke findes nogen præmie eller et andet tilsvarende gode, eller at den handling, som skal udføres for at indløse præmien eller et andet tilsvarende gode indebærer, at forbrugeren skal betale et pengebeløb eller på anden måde påtage sig udgifter.«

§ 2

Bekendtgørelsen træder i kraft den [].

Erhvervsministeriet

BRIAN MIKKELSEN

/ Julie Sonne