

1. marts 2021

Til

Erhvervsministeriet

Høring over lovforslag om ændring af markedsføringslovens § 11 b

Erhvervsministeriet har i brev af 12. februar anmodet om Finans og Leasings bemærkninger til ovennævnte lovforslag.

Det er på den ene side positivt, at man anerkender, at MFL § 11 b har betydet en meget utilfredsstillende retstilstand ved at lempe lidt indenfor sportens verden.

På den anden side overskygges dette negativt af, at bestemmelsen giver nye afgrænsningsproblemer, og at den foreslåede lempelse er rent symptombehandling. Der er fortsat meget betydelige problemer med bestemmelsen udenfor sportens verden, hvilket kalder på en mere fundamental ændring.

Der bør allerede nu indsættes en præcisering i stk. 3, således at leasingaftaler ligesom genstandsbestemte låneaftaler undtages for forbuddet.

Finans og Leasing pegede allerede under høringen sidste år bl.a. på følgende på side 10 i vores høringssvar af 21. februar 2020:

”Uheldige virkninger i forhold til sponsorater af professionel sport og almen idræt

Da forbuddet også forbyder generel branding af en bank, der sponsorerer en bestemt sportsbegivenhed eller et bestemt hold, i en reklameblok i forbindelse med en sportskamp, er det vores opfattelse, at indgrebet rammer alt for bredt og kan få en meget uheldig indvirkning i forhold til finansielle virksomheders sportssponsorater og dermed finansieringen af idrætten.

Bemærkninger herom på side 44, første afsnit de to sidste sætninger giver dog stor anledning til tvivl.

Hvis fx en bank sponsorerer et hold og holdet har bankens logo på spillertrøjen, på bander rundt om en spillebane eller lignende og en kamp transmitteres i tv, er det så i strid med forbuddet i bestemmelsen, hvis der i en reklameblok i pausen i kampen indgår en spillereklame, uanset at der ingen kommerciel sammenhæng er til bankens logo? Hvis svaret er bekræftende, er det meget vanskeligt at se, hvorledes banker i fremtiden reelt set kan sponsorere professionelle sportsbegivenheder, vel og mærke hvis banken vil opnå en reklamemæssig værdig heraf.

Forhold, som er uden for bankers kontrol, bør ikke være omfattet

Der er her ud over andre mere praktiske/tekniske forhold, som gør det ekstremt uoverskueligt og vanskeligt for en bank at undgå at overtræde forbuddet, som følgende eksempler illustrerer:

- *Eksempel 1: En bruger besøger en hjemmeside (f.eks. bt.dk), som benytter sig af flere annoncenetværk på deres site. Dvs. at annoncen, som brugeren ser i toppen af hjemmesiden, kan være leveret af et andet netværk end annoncen, brugeren ser i bunden af hjemmesiden. Da begge netværk kan benytte sig af målrettet annoncering, kan netværkene vurdere at en bruger, der tidligere har besøgt hjemmesider, passer demografisk som både en låne- og bettingskunde. På topannoncen kan man herefter få vist en lånereklame fra netværk 1 samt en bettingreklame i bunden af siden fra netværk 2. Der er ikke nogen samkørsel af data netværkene imellem, så i praksis kan det ikke lade sig gøre for banken at styre, hvilke annoncer, der vises samtidigt.*

Det svarer lidt til, at man skal kunne koordinere hvilke billboard-annoncer, der må vises samtidig, når man som privatperson har udsyn til mere end ét billboard (som jo sagtens kan ejes af forskellige virksomheder)

- *Eksempel 2: Facebook anvender i stor stil kontekstuel samt adfærdsbaseret annoncering, både overfor kunder som f.eks. har liket specifikke brands, men også overfor "look alike audiences" (dvs. en målgruppe der har samme adfærd som en kundetype, man kender i forvejen), som vurderes at konvertere bedre end et tilfældigt publikum. Dermed kan Facebooks algoritme vise annoncer grundet brugerens direkte adfærd.*

Hvis brugeren besøger hjemmesider dels for banker/lån dels for spil, vil det kunne ske, at brugeren vil få vist to annoncer for disse emner i samme skærmbillede. Det kan også være at brugerens profil demografisk ligner andre profiler, som har liket eller købt bankydelse og spillet, hvorfor Facebook vurderer, at det vil være formålstjenligt at vise brugeren netop disse annoncer. Det er ikke muligt i Facebooks annonceringsværktøj (Facebook Ads Manager) at fravælge at blive vist sammen med andre specifikke annoncører, så banken kan som annoncør ikke styre, hvad der bliver vist på de øvrige placeringer.

Man kan vælge, at man ikke vil vises sammen med stødende, politisk, seksuelt eller religiøst indhold, men den anden mulighed findes ikke, og vi tvivler på at dansk lovgivning vil få Facebook til at udvikle det.

I det lys bør det overvejes, om ikke det er mere rigtigt og lettere at forbyde markedsføring for spil."

Det er ærgerligt at konstatere, at man ikke fulgte vores bemærkninger og råd allerede ved etablering af loven. Og som vi pegede på gælder problemerne med MFL § 11 b ikke blot i sportens verden men helt generelt.

Vi advarede også om en fremvækst i uregulerede lån fx via Facebook som følge af opstramningerne. Det er desværre præcist sket.

Som vi ser det vil den foreslåede undtagelse formentligt føre til nye afgrænsningsvanskeligheder. Hvad vil fx gælde ved en TV-reklame for et forbrugslåneselskab forud for TV-transmission af en landskamp, hvori indgår klip med en landsholdstrøje med forbrugslånevirkensheds logo side om side med en spillevirksomheds logo?

MFL § 11 b bør fjernes helt allerede nu

Vi opfordrer derfor til, at MFL § 11 b i det hele fjernes allerede nu. Det baserer vi på følgende argumenter:

Alle lån skal nu overholde ÅOP-begrænsningerne, som qua MFL § 11 a de facto har ført til et ÅOP-loft på 25%. Hertil kommer omkostningsloftet på 100%.

Alle udbydere - banker og forbrugslånevirksomheder - er underlagt kreditaftaleloven med krav om prisinformation i markedsføringen, prækontraktuel information, 14 dages gratis fortrydelsesret uanset om aftaleindgåelsen sker fysisk eller online, ret til førtidig indfrielse af låneaftalen, krav om fyldestgørende, individuel kreditværdighedsvurdering af hver enkelt låntager m.v.

Endvidere er der indført licenskrav for forbrugslånevirksomheder siden 2019 med fokus på produktgodkendelse, tilsyn med forbrugslånevirksomhedernes forretningsgange herunder hvorledes de foretager kreditværdighedsvurdering.

Der er således opbygget en ekstrem solid beskyttelse rundt om forbrugerne, hvad angår adgangen til låntagning.

Det giver herefter ingen mening at begrænse markedsføringen for disse låneprodukter og i øvrigt for forbrugslånevirksomhedernes markedsføring af andre finansielle produkter og leasing, blot fordi der kan være fare for, at nogle forbrugere ender op med problemer med ludomani. Det problem må i stedet bekæmpes ved kilden – altså på selve spilleområdet.

Det taler også for en fjernelse af MFL § 11 b, at Kammeradvokatens vurdering af forholdet til EU-retten efterlader tvivl om, hvorvidt bestemmelsen er i strid med EU-retten. Vi undrer os i den forbindelse over, at notatet ikke er omtalt i lovforslaget samt medsendt under høringen.

Repræsentanter for de finansielle virksomheder bør inddrages i drøftelserne på spilleområdet

Vi kalder på en generel erkendelse af, at lovlige lån ikke skal være underlagt markedsføringsbegrænsninger. Overdrevent spil, som kan føre til ludomani, må først og fremmest håndteres i "spille-verdenen". Vi har flere forslag hertil fx adgang for långivere til ROFUS og større ansvarlighed hos spilleudbydere svarende til den kreditværdighedsvurdering, god skik-regler produktgodkendelse m.v., som banker og forbrugslånevirksomheder er underlagt.

Så længe der er en direkte kobling mellem spilleverdens problemer og finansielle virksomheders udbyd af lovlige produkter, som skaber betydelige legale problemer for lånevirksomheder, bør de finansielle organisationer inddrages direkte i overvejelserne på spilleområdet.

Vi opfordrer derfor konkret til at, at erhvervsministeren foranlediger, at repræsentanter for de finansielle virksomheder herunder Finans og Leasing aktivt inddrages i drøftelser på spilleområdet, som Skatteministeriet og Spillemyndigheden er ressort for.

Leasing bør undtages ligesom billån i MFL § 11 b, stk. 3

Såfremt der ikke for nærværende er politisk vilje til at fjerne MFL § 11 b bør der i det mindste ske en tilføjelse til undtagelsen i MFL § 11 b, stk. 3 om leasing af motorkøretøj (og for den sags skyld leasing af andre aktiver).

Det skyldes efter vores opfattelse alene en lapsus/forglemmelse, at det ikke blev medtaget i loven allerede sidste år.

Leasing er fuldt ud sammenligneligt med undtagelsen i stk. 3 som omfatter genstandsbestemte lån herunder billån.

Der er absolut ingen forskel på et billån og en billeasingaftale henset til formålet med MFL § 11 b om at undgå, at kontantlån anvendes til gamling.

Hertil kommer, at en leasingaftale ikke er en finansiel tjenesteydelse, hvorfor det forekommer endnu tydeligere også henset til EU-retten, at leasingaftaler bør være undtaget for MFL § 11 b.

Vi har argumenteret over for Forbrugerombudsmanden for, at eksisterende lovgivning allerede ud fra en analogislutning kombineret med formålet med bestemmelsen burde kunne føre til en fortolkning, hvorefter leasing er undtaget på linje med genstandsbestemte lån efter MFL § 11, b, stk. 3. Men dette er desværre blevet afvist af Forbrugerombudsmanden. Det understreger, at der er behov for at man politisk skærer igennem og foretager denne præcisering i stk. 3.

Med venlig hilsen

Christian Brandt

Direktør for Finans og Leasing

Mobil 40382987