



**TELE
INDUSTRIEN**
teleselskabernes
branchesamarbejde

Forbrugerombudsmanden

Carl Jacobsens Vej 35

2500 Valby

Sendt pr. e-mail til forbrugerombudsmanden@kfst.dk

23. november 2015

Hørings svar – Forbrugerombudsmandens vejledning om markedsføring af forbrugerkredit – markedsføringslovens § 14 a

I forlængelse af fremsendelse af Forbrugerombudsmandens udkast til vejledning om markedsføring af forbrugerkredit fremsender Teleindustrien ("TI") hermed sine bemærkninger.

A. Teleselskabernes rateordninger

TI er enig i, at markedsføringslovens ("MFL") § 14 a og reglerne om kreditoplysning har til formål at skabe gennemsigtighed på kreditmarkedet og at beskytte forbrugerne imod høje gebyrer og renter, som let kan sløres i markedsføringen.

Det er dog TI's opfattelse, at reglerne ikke i praksis udgør et problem for så vidt angår teleselskabernes ordninger om ratebetaling for mobiltelefoner.

Teleselskabernes rateordninger for mobiltelefoner markedsføres typisk med muligheden for en afdragsordning i 6, 12 eller 24 måneder. Der ydes ofte en rabat på mobilens pris, idet der samtidig indgås aftale om et mobilabonnement med binding i 6 måneder. Forbrugeren kan oftest selv vælge typen af mobilabonnement, der ønskes.

Forbrugeren oplyses i markedsføringen om

- Afdragsprisen på mobiltelefonen pr. måned i 6, 12 eller 24 måneder

- Det samlede beløb, der skal betales på afdrag for mobiltelefonen (afdragsprisen pr. måned \times 6, 12 eller 24)
- Mobiltelefonens kontantpris uden abonnement
- Den eventuelle ydede rabat på mobiltelefonen ved køb på rate med mobilabonnement
- At der sammen med afdragsordningen skal oprettes et abonnement med binding i 6 måneder
- Månedsprisen for det valgte abonnement
- Den samlede mindstepris, bestående af
 - o de samlede afdrag for mobiltelefonen i kreditaftalens løbetid,
 - o en eventuel udbetaling,
 - o den månedlige pris for det valgte abonnement \times 6, og
 - o andre eventuelle oprettelsesomkostninger, fragtpriis o. lign.
- Kreditomkostninger
- Årlige omkostninger i procent ("ÅOP")

Det er med det nuværende udkast til vejledningen uklart, om Forbrugerombudsmanden lægger op til, at det er i) *omkostningerne* (eksempelvis oprettelsesgebyr og fragt) ved samtidig oprettelse af et mobilabonnement, der skal indgå i de samlede kreditomkostninger og ÅOP, eller om det er ii) *omkostningerne og den samlede abonnementspris i bindingsperioden*, der skal medtages i beregningerne.

Uanset om Forbrugerombudsmanden ønsker at stille krav om i) eller ii) ved markedsføring af køb af mobiltelefoner på rate, finder TI dette problematisk.

Når en forbruger køber en mobiltelefon på kredit, er det ganske vidst korrekt, at kreditaftalen betinges af køb af et mobilabonnement med 6 måneders binding. Der er dog derved tale om køb af en tjenesteydelse, som efter TI's opfattelse vil være problematisk at sidestille med omkostninger, såsom renter og gebyrer. Såfremt teleselskaberne tvinges til at markedsføre mobiltelefoner købt på ratebetaling med angivelse af abonnementsprisen mv. som en del af de samlede kreditomkostninger og den samlede ÅOP, vil det efter TI's opfattelse give kunderne et misvisende billede af tilbuddet. Kreditomkostninger og ÅOP forbindes af forbrugere med renter og andre gebyrer, som man skal være påpasselige med, fordi de kan være meget høje og dermed efterlade forbrugeren med en uforudset stor gæld. Dette gør sig ikke gældende for køb af mobiltelefoner på ratebetaling, alene fordi kreditten betinges af, at der indgås et abonnement i 6 måneder.

Realiteten ved disse rateordninger er derimod, at forbrugeren typisk opnår en rabat på telefonens pris, idet kontantprisen oftest er højere end den pris, forbrugeren betaler for mobiltelefonen ved en rateordning.

Såfremt teleselskaberne fremadrettet skal indregne det, forbrugeren skal betale i forbindelse med mobilabonnementet, i kreditomkostninger og ÅOP, vil disse blive meget høje, se til eksempel vedlagte **bilag 1**. Det vil derfor give forbrugeren et misvisende billede af, at køb af en mobiltelefon på rate er en væsentlige dyrere ordning frem for at købe mobiltelefonen kontant. Forbrugeren skal i alle tilfælde efterfølgende tilkøbe

et mobilabonnement – hvilket samlet set bliver dyrere, end hvis forbrugeren havde købt på rate.

Dette har ikke været meningen med reglerne i kreditaftaleloven og MFL § 14 a, og medfører ikke et gennemsligt marked, der beskytter forbrugeren mod vildledende markedsføring.

Det er derimod TI's opfattelse, at forbrugeren allerede i dag får alle relevante oplysninger, der sætter forbrugeren i stand til at vurdere det markedsførte tilbud om køb af en mobiltelefon på kredit. I store træk markedsfører teleselskaberne disse rateordninger ens, hvorfor forbrugeren ligeledes nemt kan sammenligne de tilgængelige kredittilbud. Endvidere angives som ovenfor anført en mindstepris, der dermed også oplyser forbrugeren om, hvad der samlet skal betales, såfremt forbrugeren ønsker at købe en mobiltelefon på rate sammen med et mobilabonnement.

TI er enig i, at det skal være tydeligt og klart for forbrugeren, at denne sammen med indgåelse af aftale om køb af en mobiltelefon på kredit, samtidig skal indgå aftale om køb af et mobilabonnement. Det skal herunder være klart for forbrugeren, hvad der skal betales for henholdsvis mobiltelefon og mobilabonnement, samt hvor lang tid forbrugeren er bundet af henholdsvis kreditaftalen og mobilabonnementet. Der er dog med indgåelse af aftalen om et mobilabonnement ikke tale om en omkostning i forbindelse med kreditaftalen, hvorfor det beløb, forbrugeren skal betale herfor, ikke bør indgå som en del af kreditomkostningerne og ÅOP.

B. Beregning af ÅOP

Forbrugerombudsmanden har i udkastet til vejledningen anført, at begrebet ÅOP skal forstås og beregnes i overensstemmelse med kreditaftalelovens § 16. Dette er TI enig i, og skal i den forbindelse henlede Forbrugerombudsmandens opmærksomhed på kreditaftalelovens § 16, stk. 3, hvoraf fremgår;

"Ved beregningen af de årlige omkostninger i procent bestemmes de samlede omkostninger i forbindelse med forbrugerkreditten bortset fra

1) andre omkostninger, som forbrugeren skal betale i forbindelse med misligholdelse af en af de forpligtelser, der er fastsat i kreditaftalen, og

2) de omkostninger ud over købsprisen, som forbrugeren skal betale i forbindelse med køb af varer eller tjenesteydelser, uanset om transaktionen foretages kontant eller på kredit."

Det fremgår endvidere af noten (108) til bestemmelsen;

"Der er således ikke sammenfald mellem de oplysninger, en forbruger skal have i tilbud/kreditaftale, og de omkostninger, der skal indgå i de årlige omkostninger i procent. Alle omkostninger, der har relation til kreditten skal indgå, smh. § 4, stk. 7, og smh. stk. 4 ndf., medens de to poster, der er nævnt i stk. 3, har karakter af ren oplysning. Posten i litra 1) har pædagogisk sigte ("kredit er dyrt"), medens litra 2) vide-

refører 1990'lovens § 13, stk. 2, nr. 2. Her tænkes navnlig på leveringsomkostninger i kreditkøb".

TI er enig i, at forbrugeren klart og tydeligt skal oplyses om udgiften til mobilabonnementet ved markedsføring af kredittilbuddet. Men da man i kreditaftaleloven specifikt har ønsket at undtage de omkostninger *ud over købsprisen* som forbrugeren skal betale, er der ikke grundlag for at antage, at udgiften til mobilabonnementet skal indgå i ÅOP. I modsat fald ville der opstå den noget aparte situation, at udgiften til det pågældende mobilabonnement skulle medregnes i ÅOP – men ikke en eventuel udgift til levering af den købte mobiltelefon.

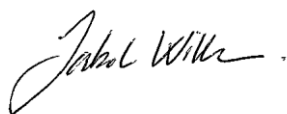
C. Sammenfatning

TI er på ovenstående baggrund ikke enig i, at teleselskaberne er forpligtede til at medregne udgiften til et mobilabonnement, når der skal angives kreditomkostninger og ÅOP i forbindelse med markedsføring af salg af mobiltelefoner på rate. Hensigten med reglerne er at forhindre, at høje gebyrer og renter sløres og gøres uigennemsigtige for forbrugerne. Da der imidlertid ikke er renter eller gebyrer forbundet med teleselskabernes rateordninger, er det efter TI's opfattelse misvisende at medregne udgiften til mobilabonnementet i kreditomkostningerne og ÅOP – især da en kontantbetaling af telefonen og køb af et tilsvarende abonnement i realiteten ofte vil være dyrere.

Herudover er der ifølge kreditaftalelovens § 19, stk. 3 ikke hjemmel til at medregne udgiften til mobilabonnementet i ÅOP.

TI skal derfor opfordre til, at Forbrugerombudsmanden genovervejer udformning af vejledningen for så vidt angår markedsføringen af mobiltelefoner på kredit.

Med venlig hilsen



Jakob Willer

Direktør