



NOTAT

Dato: 18. februar 2020
Sag: 20/01995-5
Sagsbehandler: MØK/DEB

Konkurrencerådets høringssvar i forbindelse med forslag til ændring af lov om forbrugslånsvirksomhed mv. (opgør med kviklån)

**KONKURRENCE- OG
FORBRUGERSTYRELSEN**

Konkurrencerådet offentliggjorde i 2015 analysen *Markedet for kviklån*, som kortlagde det danske marked for mindre, kortfristede forbrugslån, der ofte kaldes *kviklån*. Disse lån var kendetegnet ved kort løbetid, typisk maksimalt én måned, og meget høj ÅOP, typisk omkring 700 pct.

ERHVERVS MINISTERIET

Analysen viste, at forbrugerne har det svært på kviklånsmarkedet. En betydelig del af låntagerne fortryder hurtigt, at de har taget et kviklån, og lånene kan i mange tilfælde medføre væsentlige økonomiske problemer for de pågældende. Der var derfor efter Konkurrencerådets vurdering et klart behov for regulering, der kunne afhjælpe problemerne.

På baggrund af Konkurrencerådets anbefaling blev der indført en betænkingsperiode på 48 timer ved indgåelse af aftaler om kviklån, dvs. blankoforbrugslån med løbetid på op til tre måneder. Mange udbydere ændrede imidlertid herefter deres produkt ved at forlænge løbetiden, således at lånene faldt uden for betænkingsperiodens anvendelsesområde. Denne udfordring kunne potentielt være adresseret ved at lade betænkingsperioden gælde for alle lån med en ÅOP over et vist niveau.

Det centrale forslag i høringsudkastet er imidlertid at indføre et ÅOP-loft på 35 pct. for alle kreditaftaler undtagen ved pant i fast ejendom.

Det foreslåede loft er forholdsvist lavt, når man ser på kreditomkostningerne på de kviklån, som oprindeligt var målet for indgrebet. Loftet kan svække den effektive konkurrence og kan ramme ret almindelige korte lån, der ikke rummer de risici, som kendetegner de nævnte kviklån. Desuden kan ÅOP-loftet potentielt virke normerende på prisdannelsen og dermed prisforøgende for lån, som i dag har lavere ÅOP.

Konkurrencerådet så derfor gerne et højere ÅOP-loft, eller dokumentation for, at et loft på 35 pct. ikke har væsentlige utilsigtede konsekvenser for konkurrencen og for almindelige forbrugere. ÅOP-loftet bør desuden være et tillæg til en relevant referencerente fastsat af Nationalbanken. Denne praksis ses også i flere af de lande, der har indført lignende lofter.

Det er vanskeligt at se en saglig begrundelse bag den del af lovforslaget, der forbyder markedsføring af alle instituttets forbrugslån, hvis et kreditinstitut udbyder bare ét finansielt produkt med ÅOP på mere end 25 pct.

Det vil reelt svække udbuddet af lån med ÅOP ned til 25 pct. og yderligere begrænse konkurrencen og forbrugernes adgang til korte lån. Markedsføringsforbuddet vil reducere forbrugernes mulighed for at få relevante oplysninger om produkterne og svække deres muligheder for at træffe fornuftige valg.

Betydningen af markedsføringsforbuddet kan illustreres med et eksempel. Antag, at et pengeinstitut giver et lån til ”Hr. Jensen” på 2.000 kr. i en måned, og at instituttet opkræver 50 kr. for lånet, fordi det koster 50 kr. at oprette låneaftalen. I dette tilfælde vil ÅOP være 34,5 pct. før rentebetalinger mv., uden at pengeinstituttet tjener penge på lånet, *jf. boks 1 nedenfor*. Lånet vil dermed ikke være forbudt. Markedsføringsforbuddet vil imidlertid i dette tænkte eksempel betyde, at det vil være forbudt for instituttet at markedsføre *alle sine* forbrugslån, også dem med ÅOP under 25 pct. Markedsføringsforslaget er dermed relativt vidtgående og komplekst, uden at det reelt har nogen berøring med de kviklån, man oprindeligt ønskede at regulere. Det anbefales på den baggrund, at markedsføringsforbuddet udgår af forslaget.

Slutteligt bemærkes, at hvis forslaget om et ÅOP-loft vedtages, så er betækningsperioden overflødig og bør fjernes.

Boks 1. Stileret eksempel

En forbruger ønsker at låne 2.000 kroner i én måned. Forbrugeren får tilbudt et lån med et oprettelsesgebyr på 50 kroner. Gebyret skal dække långivers faste udgifter ved at yde lånet, fx udgifter til almindelig administration og kreditvurdering af forbrugeren. Betalingen af oprettelsesgebyret alene vil efter en måned udgøre 2,5 pct. – rentebetalingerne kommer oveni. Udregningen af de årlige omkostninger i procent fremgår af bilag 4 i kreditaftaleloven, hvorefter lånet i dette eksempel har en ÅOP på 34,5 procent, hvis der alene opkræves 50 kr. som betaling. Det vil sige en noget højere årlig omkostning end de 25 procent, hvor markedsføringsindgrebet får effekt og ikke langt under det foreslåede ÅOP-loft - selv om udgiften på de 50 kr. jo ikke i sig selv udgør risiko for en egentlig gælds-fælde. Sættes loftet for lavt, kan långiverne - heriblandt de traditionelle udbydere af forbrugslån - ikke få dækket deres omkostninger. Dermed vil lånemuligheder forsvinde fra markedet.

Christian Schultz
Formand for Konkurrencerådet