

BEK nr 1253 af 24/10/2007 Gældende
Offentliggørelsesdato: 02-11-2007
Erhvervs- og Vækstministeriet

Ændrer i følgende forskrifter

- BEK nr 1260 af 08/12/2006

Oversigt (indholdsfortegnelse)

Bilag 1

Den fulde tekst

Bekendtgørelse om god skik for forsikringsmæglervirksomheder

I medfør af § 19, stk. 2, og § 54, stk. 2, i lov om forsikringsformidling, jf. lovbekendtgørelse nr. 401 af 25. april 2007, fastsættes:

Anvendelsesområde

§ 1. Bekendtgørelsen finder anvendelse på danske og udenlandske forsikringsmægler- og genforsikringsmæglervirksomheder, der driver virksomhed her i landet, herunder gennem filialetablering eller grænseoverskridende virksomhed.
Stk. 2. § 3, stk. 4, § 4 og bilag 1 gælder kun for private kundeforhold.

Generelle bestemmelser om god skik

§ 2. Forsikringsmæglervirksomheden skal handle i den enkelte kundes interesse og må ikke lade sig påvirke af egne eller tredjemands interesser.

Stk. 2. Forsikringsmæglervirksomheden skal varetage kundens interesser grundigt, samvittighedsfuldt og med fornøden hurtighed.

Stk. 3. Råder forsikringsmæglervirksomheden ikke over den fornødne kompetence til at løse den konkrete opgave, skal virksomheden frasige sig denne.

§ 3. En forsikringsmæglervirksomhed må ikke anvende vildledende eller urigtige angivelser eller udelade væsentlige informationer, hvis dette er egnet til mærkbart at forvride kundernes økonomiske adfærd på markedet.

Stk. 2. Markedsføring, som i sit indhold, sin form eller den anvendte fremgangsmåde er vildledende, aggressiv eller udsætter kunderne for en utilbørlig påvirkning, og som er egnet til mærkbart at forvride deres økonomiske adfærd, er ikke tilladt.

Stk. 3. Rigtigheden af angivelser om faktiske forhold skal kunne dokumenteres.

Stk. 4. De former for adfærd, der er opregnet i bilag 1, anses under alle omstændigheder for at være urimelige i private kundeforhold og er ikke tilladt.

§ 4. Ved en opfordring til køb rettet mod private kunder skal en forsikringsmæglervirksomhed give følgende oplysninger, medmindre de allerede fremgår tydeligt af sammenhængen:

- 1) Produktets væsentligste karakteristika.
- 2) Forsikringsmæglervirksomhedens navn og adresse.
- 3) Forhold vedrørende betaling og gennemførelse af aftalen, i det omfang disse forhold afviger fra, hvad der er sædvanligt i branchen.
- 4) Forsikringsmæglervirksomhedens fremgangsmåde i forbindelse med klagesagsbehandling, i det omfang den afviger fra, hvad der er sædvanligt i branchen.
- 5) Fortrydelsesret, hvis kunden har en sådan ret.
- 6) Prisen inklusiv afgifter.

Stk. 2. Medfører produktets art, at prisen ikke med rimelighed kan beregnes på forhånd, angives den måde, hvorpå prisen beregnes.

Stk. 3. Ved en opfordring til køb forstås en kommerciel kommunikation, hvori produktets karakteristika og pris er angivet på en måde, som er passende i forhold til det anvendte kommercielle kommunikationsmiddel, og hvorved kunden sættes i stand til at foretage et køb.

§ 5. Forsikringsmæglervirksomheden skal under udøvelsen af hvervet som forsikringsmægler være uafhængig af ethvert forsikringsselskab, således at der ikke kan rejses tvivl om, hvorvidt forsikringstilbud er indhentet på et uvildigt grundlag.

Stk. 2. Afhængighed af et forsikringsselskab kan bl.a. opstå, hvis forsikringsmæglervirksomheden

- 1) modtager direkte eller indirekte finansiel støtte fra enkelte forsikringsselskaber, eller

- 2) gør sig afhængig af forsikringsteknisk vejledning og bistand fra enkelte forsikringsselskaber eller dertil knyttede koncernselskaber.

Samarbejdsaftale og fuldmagt

§ 6. Inden forsikringsmæglervirksomheden påbegynder sit arbejde for kunden, skal parterne indgå en samarbejdsaftale. Samarbejdsaftalen skal udarbejdes på papir eller andet varigt medium. Samarbejdsaftalen skal gennemgås med kunden.

Stk. 2. Samarbejdsaftalen skal som minimum indeholde oplysning om,

- 1) hvilke ydelser forsikringsmæglervirksomheden skal levere,
- 2) størrelsen af det beløb, som kunden eller ejere af en forsikringsordning hos kunden skal betale for forsikringsmæglervirksomhedens ydelser,
- 3) samarbejdsaftalens løbetid, herunder frist for parternes opsigelse,
- 4) hvorvidt kunden tillige giver fuldmagt til forsikringsmæglervirksomheden jf. § 7, og
- 5) i hvilket omfang forsikringsmæglervirksomhedens ansvarsforsikring ikke dækker de aftalte ydelser.

Stk. 3. Opsiger forsikringsmæglervirksomheden en samarbejdsaftale med en kunde, skal opsigelsen ske på papir eller andet varigt medium. Forsikringsmæglervirksomheden skal samtidig underrette kunden om eventuelle konsekvenser af opsigelsen.

§ 7. I det omfang forsikringsmæglervirksomheden har modtaget fuldmagt fra kunden, skal fuldmagten udfærdiges på papir eller andet varigt medium. Fuldmagten skal gennemgås med kunden.

Stk. 2. Fuldmagten skal som minimum indeholde oplysning om,

- 1) hvilke forsikringstyper fuldmagten omfatter,
- 2) i hvilket omfang forsikringsmæglervirksomheden er bemyndiget til at handle på kundens vegne, herunder om forsikringsmæglervirksomheden kan opsiges eksisterende forsikringsaftaler,
- 3) at oplysninger afgivet af forsikringsmæglervirksomheden sidestilles med oplysninger afgivet af kunden selv, og
- 4) at fuldmagten til enhver tid af kunden kan tilbagekaldes på samme måde, som den er indgået, og at fuldmagten ophører senest samtidig med samarbejdsaftalens ophør.

Stk. 3. Fuldmagten kan, på samme måde som den er indgået, til enhver tid tilbagekaldes af kunden og ophører senest samtidig med samarbejdsaftalens ophør.

Arbejdets tilrettelæggelse

§ 8. Forsikringsmæglervirksomheden skal udarbejde en analyse og beskrivelse af kundens risici, navnlig på basis af kundens egne oplysninger.

Stk. 2. Forsikringsmæglervirksomheden skal på papir eller andet varigt medium forelægge kunden mulige løsninger på afdækning af kundens risici og begrunde den rådgivning, som kunden modtager om de forelagte løsninger. Forsikringsmæglervirksomheden skal endvidere fremlægge en beregning af de økonomiske konsekvenser af de forelagte løsninger.

Stk. 3. Såfremt kunden ønsker det beskrevne forsikringsbehov i stk. 2 sendt i udbud hos et eller flere forsikringsselskaber, skal forsikringsmæglervirksomheden udarbejde det fornødne udbudsmateriale og gennemgå dette med kunden.

§ 9. Forsikringsmæglervirksomheden skal tilrettelægge sin virksomhed således, at det sikres, at den fornødne kompetence er til stede i enhver fase af forsikringsformidlingen, herunder som minimum

- 1) ved etablering af aftalegrundlaget (samarbejdsaftale og fuldmagt),
- 2) ved analyse og beskrivelse af kundens risici,
- 3) ved udarbejdelse af udbudsmateriale og tilrettelæggelse af udbudsrunder, og
- 4) ved rådgivning om valg af forsikringsløsning.

§ 10. Forsikringsmæglervirksomheden er ansvarlig for, at virksomhedens ansatte har den fornødne uddannelse, herunder har indsigt i god skik reglerne på dette område og handler i overensstemmelse med disse regler.

Tilsyn og straffebestemmelser

§ 11. Finanstilsynet kan, jf. § 44, stk. 3, i lov om forsikringsformidling, give påbud om berigtigelse af forhold, der er strid med §§ 2-4, § 5, stk. 1, § 6, § 7, stk. 1 og 2, samt §§ 8-10.

Stk. 2. Inden Finanstilsynet træffer afgørelse i sager om god skik, skal Finanstilsynet indhente en redegørelse fra virksomheden.

§ 12. Med bøde straffes den, der undlader at efterkomme et påbud efter § 11, stk. 1. Overtrædelse af bestemmelserne i § 3 og § 4, stk. 1 og 2, straffes med bøde, medmindre højere straf er forskyldt efter anden lovgivning.

Stk. 2. Der kan pålægges selskaber m.v. (juridiske personer) strafansvar efter reglerne i straffelovens 5. kapitel.

Ikrafttræden

§ 13. Bekendtgørelsen træder i kraft den 1. december 2007. Samtidig ophæves bekendtgørelse nr. 1260 af 8. december 2006 om god skik for forsikringsmæglervirksomheder.

Økonomi- og Erhvervsministeriet, den 24. oktober 2007

Bendt Bendtsen

/ Carsten Brogaard

Bilag 1

Former for adfærd som under alle omstændigheder anses for urimelige i private kundeforhold

Vildledende markedsføring

- 1) Forsikringsmæglervirksomheden hævder at have underskrevet en adfærdskodeks, selv om det ikke er tilfældet.
- 2) Forsikringsmæglervirksomheden fremviser kvalitetscertificering, kvalitetsmærke eller tilsvarende uden at have opnået den nødvendige tilladelse.
- 3) Forsikringsmæglervirksomheden hævder, at en adfærdskodeks er godkendt af en offentlig myndighed eller anden myndighed, selv om det ikke er tilfældet.
- 4) Forsikringsmæglervirksomheden hævder, at en erhvervsdrivende (herunder dennes handelspraksis) eller et produkt er blevet godkendt eller tilladt af en offentlig eller privat instans, selv om det ikke er tilfældet, eller fremsætter en sådan påstand uden at opfylde betingelserne for godkendelse eller tilladelse.
- 5) 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 kunderne tilstrækkelig mulighed for eller tid til at træffe en informeret beslutning.
- 6) Det angives, eller der gives på anden måde indtryk af, at et produkt kan sælges lovligt, selv om dette ikke er tilfældet.
- 7) Rettigheder, som kunden har efter loven, fremstilles som et særligt kendetegn ved forsikringsmæglervirksomhedens tilbud.
- 8) Der promoveres et produkt, der ligner et andet produkt fremstillet af en bestemt producent på en sådan måde, at kunden med overlæg forledes til at tro, at produktet er fremstillet af samme producent, uden at dette er tilfældet.
- 9) Etablering, drift eller promovering 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, medmindre forholdet er omfattet af § 5 a i lov om offentlige indsamlinger og pyramidespil.
- 10) Det hævdes, at lukning af forsikringsmæglervirksomheden eller flytning til andre lokaler er forestående, selv om det ikke er tilfældet.
- 11) Det hævdes, at produkter kan gøre det lettere at vinde i hasardspil.
- 12) 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.
- 13) 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.
- 14) Et produkt omtales som »gratis«, »vederlagsfrit«, »uden betaling« eller lignende, selv om kunden 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.
- 15) I markedsføringsmaterialet indgår en faktura eller et lignende dokument, der opfordrer til betaling, og som giver kunden indtryk af, at han allerede har bestilt det produkt, der markedsføres, selv om det ikke er tilfældet.
- 16) En repræsentant for forsikringsmæglervirksomheden, i modstrid med sandheden, hævder eller giver indtryk af, at han ikke handler som led i sit erhverv eller han, i modstrid med sandheden, udgiver sig for at være kunde.

Aggressiv markedsføring

- 17) Kunden bringes til at tro, at han ikke kan forlade lokalerne, før en kontrakt er indgået.
- 18) Der aflægges personlige besøg, der ikke er omfattet af forbuddet i forbrugeraftalelovens § 6, på kundens bopæl uden at kundens ønske om, at en repræsentant for forsikringsmæglervirksomheden 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 lovgivningen.
- 19) Der foretages vedholdende og uønskede henvendelser pr. telefon, der ikke er omfattet af forbuddet i forbrugeraftalelovens § 6, eller pr. telefaks, 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.
- 20) Forsikringsmæglervirksomheden kræver, at en kunde, 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 den systematisk undlader at svare på korrespondance vedrørende sagen, i den hensigt at afholde kunden fra at udøve sine kontraktlige rettigheder.
- 21) Der skabes det fejlagtige indtryk, at kunden allerede har vundet, vil vinde eller ved udførelse af en bestemt handling vil vinde en præmie eller et andet tilsvarende gode, selv om faktum er, at der enten
 - a) ikke findes nogen præmie eller et andet tilsvarende gode, eller
 - b) at den handling, som skal udføres for at indløse præmien eller et andet tilsvarende gode indebærer, at kunden skal betale et pengebeløb eller på anden måde påtage sig udgifter.

Officielle noter

Bekendtgørelsen indeholder bestemmelser, der gennemfører dele af Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked og om ændring af Rådets direktiv 84/450/EØF og Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 97/7/EF, 98/27/EF og 2002/65/EF og Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 2006/2004, (direktivet om urimelig handelspraksis), (EU-Tidende 2005 nr. L 149, s. 22-39).

Redaktionel note

www.finanstilsynet.dk