

Bemærkninger til lovforslaget

De forbrugerhensyn, som betinger den almindelige regel om forbud mod uanmodet telefonisk eller personlig henvendelse, har ikke mindre vægt ved forsikringsaftaler. Hertil kommer, at undtagelsen af forsikringsaftaler i § 2, stk. 2, nr. 4, fra forbud mod uanmodet henvendelse misbruges med henblik på salg af forskellige investeringsobjekter.

Det finansielle marked har ændret sig således, at forsikring i stadig større omfang udbydes af andre aktører på markedet end forsikringsselskaberne. Bestemmelsen misbruges i betydeligt omfang af useriøse erhvervsdrivende i bl.a. har forbrugerombudsmanden siden 1991 været opmærksom på et omfattende misbrug af adgangen til at rette telefonisk henvendelse om tegning af forsikringer særlig hos investeringselskaber (se Juridisk Årbog Forbrugerstyrelsen 1992, s. 35-36, og Juridisk Årbog Forbrugerstyrelsen 1993-94, s. 80-85). På denne baggrund har såvel forbrugerombudsmanden som Forbrugerrådet anbefalet en ophævelse af den særlige undtagelse i lov om visse forbrugerftaler § 2, stk. 2, nr. 4.

Som baggrund for undtagelsen har været anført, at forsikring er et lavinteresseområde, hvor der er risiko for, at forbrugeren ikke får tegnet forsikringer, fordi forsikringsbehovet ikke fremtræder umiddelbart klart for denne. Der har igennem årene været sat spørgsmålstegn ved denne særstilling for en finansiel tjenesteydelse, og manglende mulighed for uanmodet dør- og telefonsalg af forsikringer vil heller ikke med de nuværende markedsforhold kunne medføre risiko for, at forbrugernes forsikringsbehov ikke dækkes. Befolkningen udsættes ustandselig for tilbud om forsikringstegning i pressen, tv-reklamer, via kundeforhold i pengeinstitutter, realkreditinstitutter, hos ejendomsmæglere m.v., via foreningsmedlemskaber samt i øvrigt via direct mail. Begrundelsen for undtagelsen er historisk og kan ikke forsvares ud fra de nuværende forhold. Uanmodet per-

sonlig henvendelse tjener kun det formål at flytte markedsandele. Der er således ingen årsag til at give forsikringsselskaberne en særstilling i markedsføring.

Udviklingen på det finansielle marked har endvidere medført, at flere pengeinstitutter tillige udbyder forsikringsprodukter. I tilfælde, hvor kunder føler sig i et afhængighedsforhold til deres pengeinstitut, vil dettes uanmodede telefoniske henvendelse om tegning af forsikringer ofte blive oplevet som et stærkt pres af kunderne, og der vil være en stor risiko for, at salget af en forsikringsydelse ikke kan adskilles fra salg af andre ydelser. Det forudsættes i denne forbindelse, at pengeinstitutter ligesom andre erhvervsdrivende ikke kan rette uopfordrede henvendelser med henblik på salg til deres kunder med henvisning til, at der er tale om et eksisterende kunde-forhold.

Der synes endelig at herske tvivl vedrørende fortolkningen af den nuværende bestemmelse. Konkurrencesituationen på forsikringsmarkedet er i dag sådan, at forsikringsselskaberne udbyder en række investerings- og opsparingsprodukter i direkte konkurrence med pengeinstitutterne. Forsikringslovgivningen indeholder ingen forskrifter om, hvor stor en del forsikringselementet skal udgøre af et sådant kombineret produkt, før det kan udbydes af et forsikringsselskab. Forbrugerombudsmanden har imidlertid, jf. Juridisk Årbog 1993-94, s. 85, givet udtryk for, at undtagelsesbestemmelsen i lov om visse forbrugerftaler bør fortolkes som alene omfattende risikoforsikringer uden opsparingselement, og at undtagelsen i hvert fald ikke omfatter forsikringsselskabers henvendelse om kombinerede investerings- og opsparingsprodukter, hvor forsikringselementet er underordnet i forhold til det samlede produkts indhold – en fortolkning, der ikke efterleves af forsikringsselskaberne.