



Lovtidende A

2024

Udgivet den 17. december 2024

6. december 2024.

Nr. 1557.

Bekendtgørelse om god skik for forsikringsdistributører¹⁾

I medfør af § 67, stk. 2, og § 316, stk. 1, i lov nr. 718 af 13. juni 2023 om forsikringsvirksomhed, og § 12, stk. 2, og § 42, stk. 7, i lov om forsikringsformidling, jf. lovbekendtgørelse nr. 806 af 21. juni 2024, fastsættes:

Kapitel 1

Anvendelsesområde og definitioner

§ 1. Bekendtgørelsen finder anvendelse på følgende virksomheder:

- 1) Danske forsikringsselskaber og udenlandske forsikringsselskaber, som driver virksomhed her i landet, herunder gennem filialetablering eller grænseoverskridende tjenesteydelsesvirksomhed.
- 2) Danske forsikringsformidlere, jf. § 2, nr. 3, og udenlandske virksomheder, som driver forsikringsformidlingsvirksomhed her i landet, herunder gennem filialetablering og grænseoverskridende virksomhed.
- 3) Danske accessoriske forsikringsformidlere, jf. § 2, nr. 4, og udenlandske accessoriske forsikringsformidlere, som driver accessorisk forsikringsformidlingsvirksomhed her i landet, herunder gennem filialetablering og grænseoverskridende virksomhed, forudsat at den accessoriske forsikringsformidler er omfattet af lov om forsikringsformidling, jf. § 1, stk. 2, i lov om forsikringsformidling.

Stk. 2. Bekendtgørelsen finder ikke anvendelse på følgende aktiviteter:

- 1) Lejlighedsvis levering af oplysninger i forbindelse med anden erhvervsvirksomhed, forudsat at
 - a) virksomheden ikke træffer yderligere foranstaltninger til at bistå med at indgå eller opfylde en forsikringsaftale, eller
 - b) formålet med erhvervsvirksomheden ikke er at bistå med at indgå eller opfylde en genforsikringsaftale.
- 2) Erhvervsmæssig administration af et forsikrings- eller genforsikringsselskabs skadesanmeldelser og skadesafregning og taksation.
- 3) Levering af data og oplysninger om potentielle forsikringstagere til forsikrings- eller genforsikringsformidlere

eller forsikrings- eller genforsikringsselskaber, forudsat at der udelukkende sker levering af data, og at leverandøren ikke træffer yderligere foranstaltninger til at bistå med indgåelsen af en forsikrings- eller genforsikringsaftale.

- 4) Levering af oplysninger om forsikrings- eller genforsikringsprodukter, en forsikrings- eller genforsikringsformidler eller et forsikrings- eller genforsikringsselskab til potentielle forsikringstagere, forudsat at, der udelukkende sker levering af sådanne oplysninger, og at leverandøren ikke træffer yderligere foranstaltninger til at bistå med indgåelsen af en forsikrings- eller genforsikringsaftale.

Stk. 3. Oplysningsforpligtelserne i §§ 14-17, 20 og 21 finder ikke anvendelse på forsikringsdistributionsvirksomhed i forbindelse med forsikring af store risici.

Stk. 4. Oplysningerne i §§ 34 og 36-40 skal ikke leveres til en professionel kunde som defineret i bilag 1 til bekendtgørelse om investorbeskyttelse ved værdipapirhandel.

Stk. 5. Bekendtgørelsen finder ikke anvendelse på forsikrings- og genforsikringsdistribution i forbindelse med risici og forpligtelser uden for Unionen, medmindre Unionen har indgået en aftale med det pågældende land på det finansielle område.

§ 2. I overensstemmelse med de tilsvarende definitioner i lov om forsikringsformidling, og i lov om markedsføring, forstås i denne bekendtgørelse ved:

- 1) Forsikringsdistribution:
 - a) Den virksomhed, der består i at rådgive om, foreslå eller udføre det indledende arbejde i forbindelse med indgåelse af forsikringsaftaler, at indgå sådanne aftaler eller at medvirke til ved administration og opfyldelsen af sådanne aftaler.
 - b) Den virksomhed, der består i levering af oplysninger om en eller flere forsikringsaftaler i overensstemmelse med kundernes valgte kriterier via en hjemmeside eller andre medier og udarbejdelse af en prioriteret liste over forsikringsprodukter, der omfatter pris- og produktsammenligninger, eller rabat på prisen for en forsikringsaftale, såfremt

¹⁾ Bekendtgørelsen indeholder bestemmelser, der gennemfører dele af Europa-Parlamentets og Rådets direktiv (EU) 2016/97 af 20. januar 2016 om forsikringsdistribution, EU-Tidende 2016, nr. L 26, side 19.

- kunden er i stand til direkte eller indirekte at indgå en forsikringsaftale via det pågældende medie.
- 2) Forsikringsdistributør: En forsikringsformidler, en accessorisk forsikringsformidler eller et forsikringsselskab.
 - 3) Forsikringsformidler: En fysisk eller juridisk person, som ikke er et forsikrings- eller genforsikringsselskab eller deres ansatte, og som ikke er en accessorisk forsikringsformidler, der mod aflønning indleder eller udøver forsikringsdistributionsvirksomhed.
 - 4) Accessorisk forsikringsformidler: En fysisk eller juridisk person, der mod aflønning indleder eller udøver forsikringsdistributionsvirksomhed som en accessorisk aktivitet, forudsat at følgende betingelser er opfyldt:
 - a) Den pågældende ikke er et kreditinstitut eller et investeringselskab som defineret i artikel 4, stk.1, nr. 1 og 2, i Europa-Parlamentets og Rådets forordning 575/2013/EU, af 26. juni 2013 om tilsynsmæssige krav til kreditinstitutter og investeringselskaber.
 - b) Den pågældende ikke udøver forsikringsdistribution som hovederhverv.
 - c) Den pågældende kun distribuerer forsikringsprodukter, der udgør et supplement til en vare eller tjenesteydelse.
 - d) Forsikringsproduktet ikke omfatter livs- eller ansvarsforsikring, medmindre dette er et supplement til den vare eller tjenesteydelse, som formidleren tilbyder som sit hovederhverv.
 - 5) Snævre forbindelser:
 - a) Direkte eller indirekte forbindelser indenfor en koncern.
 - b) Kapitalinteresser, hvorved forstås en virksomheds direkte eller indirekte besiddelse af 20 pct. eller mere af stemmerettighedernes eller kapitalen i en virksomhed.
 - c) Flere virksomheders eller personers fælles forbindelse, jf. litra a, med en virksomhed.
 - 6) Rådgivning: En personlig anbefaling til en kunde, enten efter anmodning fra kunden eller på forsikringsdistributørens foranledning vedrørende en eller flere forsikringsaftaler.
 - 7) Store risici:
 - a) Risici under forsikringsklasserne 4-7, 11 og 12 i bilag 1 i lov om forsikringsvirksomhed.
 - b) Risici under forsikringsklasserne 14 og 15 i bilag 1 i lov om forsikringsvirksomhed, når forsikringstageren udøver industri-, handels- eller liberal virksomhed, og risiciene vedrører denne virksomhed.
 - c) Risici under forsikringsklasserne 3, 8-10, 13 og 16 i bilag 1 i lov om forsikringsvirksomhed, når forsikringstageren opfylder mindst to af følgende betingelser:
 - ii) Forsikringstageren har en årlig nettoomsætning på mindst 12,8 mio. euro.
 - iii) Forsikringstageren har i det seneste regnskabsår haft 250 eller flere fuldtidsansatte.
 - 8) Varigt medium: Ethvert instrument, der sætter kunden i stand til at lagre oplysninger, der er rettet personligt til den pågældende kunde på en måde, der giver mulighed for fremtidig henvisning i et tidsrum, der er tilstrækkeligt i forhold til informationsformålet, og som giver mulighed for uændret reproduktion af de lagrede oplysninger.
 - 9) Forsikringsbaseret investeringsprodukt: Et forsikringsprodukt, der har en værdi ved udløb eller en tilbagekøbsværdi, og hvor denne værdi ved udløb eller tilbagekøbsværdi direkte eller indirekte er helt eller delvis eksponeret mod markedsudsving, og som ikke omfatter:
 - a) Skadesforsikringsprodukter som opført på listen i bilag I til Europa-Parlamentets og rådets direktiv 2009/138/EF af 25. november 2009 om adgang til og udøvelse af forsikrings- og genforsikringsvirksomhed (Solvens II).
 - b) Livsforsikringskontrakter, hvor de i kontrakten fastsatte ydelser alene udbetales ved dødsfald eller på grund af uarbejdsdygtighed som følge af ulykke, sygdom eller invaliditet.
 - c) Pensionsprodukter, som anses for at have til hovedformål at sikre investorer en pensionsindkomst, og som berettiger investor til visse ydelser.
 - d) Officielt anerkendte arbejdsmarkedspensionsordninger, der falder ind under anvendelsesområdet for Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2003/41/EF af 3. juni 2003 om arbejdsmarkedsrelaterede pensionskassers aktiviteter og tilsynet hermed eller direktiv 2009/138/EF af 25. november 2009 om adgang til og udøvelse af forsikrings- og genforsikringsvirksomhed (Solvens II).
 - e) Individuelle pensionsprodukter, der kræver et økonomisk bidrag fra arbejdsgiveren, og hvor arbejdsgiveren eller arbejdstageren ikke har noget valg for så vidt angår pensionsproduktet eller pensionsudbyderen.
 - 10) Forbruger: En fysisk person, der hovedsagelig handler uden for sit erhverv. En juridisk person, der hovedsagelig handler uden for sit erhverv, sidestilles i denne bekendtgørelse med en forbruger.
 - 11) Handelspraksis: En handling, udeladelse, adfærd, fremstilling eller kommerciel kommunikation, herunder reklame og markedsføring, foretaget af en erhvervsdrivende med direkte relation til promovering, salg eller udbud af et produkt til forbrugerne.
 - 12) God erhvervsskik: Standarden for de særlige færdigheder og den omhu, som en erhvervsdrivende med rimelighed kan forventes at udvise over for forbrugerne, og som står i rimeligt forhold til hæderlig markedspraksis eller det generelle princip om god tro inden for den erhvervsdrivendes virkefelt. Begrebet dækker det samme som begrebet »erhvervsmæssig di-

ligenspligt«, der benyttes i direktiv 2005/29/EF om urimelig handelspraksis.

- 13) Købsopfordring: En kommerciel kommunikation, hvori produktets karakteristika og pris er oplyst på en måde, som er passende i forhold til det anvendte kommercielle kommunikationsmiddel, og hvorved forbrugeren sættes i stand til at foretage et køb.
- 14) En uafhængig forsikringsformidler: En forsikringsformidler, der opfylder betingelserne i § 16 i lov om forsikringsformidling.

Kapitel 2

Formkrav

§ 3. Oplysninger, der gives i medfør af § 14, stk. 1, nr. 1-10, § 14, stk. 2-5, §§ 15-17, 20, 21, 34 og 36, skal leveres til kunden på papir, jf. dog stk. 2-4. Oplysningerne skal gives på en tydelig måde, der er forståelig for kunden. Oplysningerne skal gives til kunden på et officielt sprog i det medlemsland, hvor risikoen befinder sig, eller i det medlemsland, hvor forpligtelsen indgås eller et andet sprog, der aftales mellem parterne. Informationen skal gives gratis.

Stk. 2. Oplysningerne nævnt i stk. 1 kan gives på et andet varigt medium end papir, hvis følgende betingelser er opfyldt:

- 1) Leveringen af oplysningerne er hensigtsmæssig i forhold til den måde, hvorpå forretningerne mellem forsikringsdistributøren og kunden udføres.
- 2) Kunden har fået valget mellem at få oplysningerne på papir eller på andet varigt medium og har valgt andet varigt medium.

Stk. 3. Oplysningerne nævnt i stk. 1 kan gives via en hjemmeside, der ikke udgør et varigt medium, hvis følgende betingelser er opfyldt:

- 1) Leveringen af oplysningerne er hensigtsmæssig i forhold til den måde, hvorpå forretningerne mellem forsikringsdistributøren og kunden udføres.
- 2) Kunden er indforstået med, at oplysningerne leveres via et websted.
- 3) Kunden bliver informeret elektronisk om hjemmesidens adresse, og hvor på hjemmesiden informationen findes.
- 4) Oplysningerne er tilgængelig på hjemmesiden, så længe kunden med rimelighed kan forventes at have behov herfor.

Stk. 4. Kunden kan uanset stk. 2 og 3 altid anmode om at få oplysningerne nævnt i stk. 1 på papir.

Stk. 5. Ved vurderingen af, om leveringen af oplysningerne er hensigtsmæssig, jf. stk. 2, nr. 1, og stk. 3, nr. 1, lægges vægt på, om kunden regelmæssigt har adgang til internettet. Oplyser kunden en e-mailadresse anses kunden for regelmæssigt at have adgang til internettet.

Stk. 6. Ved telefonsalg skal oplysninger, som forsikringsdistributøren giver til kunden forud for indgåelsen af aftalen, herunder dokumentet med oplysninger om forsikringsproduktet, jf. § 17, være givet i overensstemmelse med reglerne i §§ 34e-g i forsikringsaftaleloven. Kunden skal i disse

tilfælde have oplysningerne, som er nævnt i stk. 1-3, umiddelbart efter indgåelsen af forsikringsaftalen.

Kapitel 3

Generelle bestemmelser om god skik ved udøvelse af forsikringsdistribution

§ 4. En forsikringsdistributør skal handle redeligt og loyalt over for sine kunder, jf. dog stk. 2.

Stk. 2. Påvirker den pågældende handelspraksis forbrugers økonomiske interesser, finder kapitel 4 anvendelse i stedet for stk. 1. Strider den pågældende handelspraksis samtidig mod hensyn, der ikke tilsigter at varetage forbrugernes økonomiske interesser, herunder hensyn til smag og anstændighed, sikkerhed og sundhed eller andre hensyn, eller den pågældende handelspraksis er reguleret af aftaleretten, finder stk. 1 anvendelse ved siden af kapitel 4.

Stk. 3. Forsikringsselskaber og forsikringsformidlere der udøver forsikringsdistribution gennem en accessorisk forsikringsformidler, der er undtaget fra lov om forsikringsformidling, skal sikre, at den pågældende accessoriske forsikringsformidler har passende og forholdsmæssige ordninger med henblik på, at denne kan overholde stk. 1.

Kapitel 4

Handelspraksis over for forbrugerne God erhvervsskik

§ 5. En forsikringsdistributør skal i sin handelspraksis over for forbrugerne udvise god erhvervsskik.

Vildledende handlinger

§ 6. En forsikringsdistributørs handelspraksis må ikke indeholde urigtige oplysninger eller i kraft af sin fremstillingsform eller på anden måde vildlede eller kunne forventes at vildlede gennemsnitsforbrugeren, uanset om oplysningerne er faktuelte korrekte.

Stk. 2. Vildledning efter stk. 1 kan relatere sig til et eller flere af følgende elementer:

- 1) Produktets eksistens eller art.
- 2) De væsentligste egenskaber ved produktet.
- 3) Omfanget af forsikringsdistributørens forpligtelser, begrundelsen for den pågældende handelspraksis og karakteren af den anvendte salgsproces.
- 4) Erklæringer eller symboler med direkte eller indirekte støtte eller godkendelse af forsikringsdistributøren eller dennes produkter.
- 5) Prisen, den måde prisen beregnes på eller en særlig prismæssig fordel.
- 6) Behov for eftersyn, reservedele, udskiftning eller reparation.
- 7) Forsikringsdistributørens eller dennes formidlers egenskaber og rettigheder.
- 8) Forbrugers rettigheder.
- 9) Forsikringsdistributørens overholdelse af adfærdskodeks, som denne oplyser at være bundet af.
- 10) Forveksling med en konkurrents produkt, varemærke eller forretningskendetegn.

Vildledende udeladelser, herunder købsopfordringer og skjult reklame

§ 7. En forsikringsdistributørs handelspraksis må ikke vildlede ved at udelade eller skjule væsentlige oplysninger eller præsentere væsentlige oplysninger på en uklar, uforståelig, dobbelttydig eller uhensigtsmæssig måde.

Stk. 2. Ved købsopfordringer betragtes følgende oplysninger som væsentlige:

- 1) Produktets væsentligste karakteristika, i et omfang der svarer til mediet og produktet.
- 2) Forsikringsdistributørens fysiske adresse og navn og, hvis en anden erhvervsdrivende handler på dennes vegne, den fysiske adresse og navnet på denne erhvervsdrivende.
- 3) Forhold vedrørende betaling, levering og gennemførelse af aftalen, i det omfang disse forhold afviger fra, hvad der er sædvanligt i branchen.
- 4) Forsikringsdistributørens fremgangsmåde i forbindelse med klagesagsbehandling, i det omfang den afviger fra, hvad der er sædvanligt i branchen.
- 5) Fortrydelsesret, afbestillingsret eller returret, hvis forbrugeren har en sådan ret.
- 6) Prisen inklusive moms og afgifter.
- 7) Yderligere omkostninger vedrørende fragt, levering eller porto, i det omfang sådanne omkostninger pålægges.

Stk. 3. Når produktets art medfører, at prisen ikke med rimelighed kan beregnes på forhånd, skal forsikringsdistributøren oplyse, hvordan prisen beregnes. Når omkostninger vedrørende fragt, levering eller porto ikke med rimelighed kan beregnes på forhånd, skal det oplyses, at disse omkostninger kan forekomme.

Stk. 4. Forsikringsdistributøren skal klart oplyse den kommercielle hensigt med enhver form for handelspraksis, herunder reklame. § 9 finder tilsvarende anvendelse.

Stk. 5. Ved vurderingen af om oplysninger er blevet udeladt efter stk. 1 og 4, skal der tages hensyn til, om forsikringsdistributøren anvender et medie, som kun giver begrænset plads eller tid til at formidle oplysningerne, og hvilke foranstaltninger forsikringsdistributøren i givet fald har truffet for at gøre oplysningerne tilgængelige for forbrugere på anden måde.

Aggressiv handelspraksis

§ 8. Forsikringsdistributøren må i sin handelspraksis ikke benytte chikane, ulovlig tvang, vold eller utilbørlig påvirkning, der er egnet til væsentligt at indskrænke forbrugers valgfrihed i forbindelse med et produkt.

Stk. 2. Ved vurderingen af, om en erhvervsdrivende i sin handelspraksis har benyttet chikane, ulovlig tvang, vold eller utilbørlig påvirkning, skal der tages hensyn til:

- 1) Tidspunktet for denne handelspraksis, stedet, hvor den har fundet sted, og dens karakter og vedholdenhed.
- 2) Anvendelse af truende eller utilbørligt sprog eller adfærd.
- 3) Den erhvervsdrivendes udnyttelse af en konkret uheldig situation eller omstændighed, der er af en så al-

vorlig karakter, at den indskrænker forbrugers vurderingsevne, og som den erhvervsdrivende har kendskab til og udnytter til at påvirke forbrugers beslutning i forbindelse med produktet.

- 4) Den erhvervsdrivendes opstilling af byrdefulde eller uforholdsmæssigt omfattende hindringer af ikkekontraktuel karakter, når en forbruger ønsker at udøve sine rettigheder i henhold til kontrakten, herunder retten til at ophæve kontrakten eller til at vælge et andet produkt eller en anden erhvervsdrivende.
- 5) Enhver trussel om ulovlige handlinger.

Væsentlig forvridding af den økonomiske adfærd

§ 9. Det er en betingelse for, at der er handlet i strid med §§ 5-8, at den pågældende handelspraksis væsentligt forvrider eller vil kunne forventes væsentligt at forvride den økonomiske adfærd hos gennemsnitsforbrugeren eller, hvis den pågældende handelspraksis rettes mod en særlig gruppe af forbrugere, hos et gennemsnitligt medlem af denne gruppe.

Stk. 2. En handelspraksis, som forsikringsdistributøren med rimelighed må formode, kun forvrider den økonomiske adfærd væsentligt hos en klart identificerbar gruppe af forbrugere, der er særlig sårbare over for denne praksis eller det omhandlede produkt, herunder på grund af mentale eller fysiske handicap, alder eller godtroenhed, vurderes med udgangspunkt i et gennemsnitligt medlem af denne gruppe.

Former for handelspraksis, som altid anses for vildledende eller aggressive

§ 10. Uanset at der ikke er handlet i strid med §§ 6-8, må en forsikringsdistributør ikke anvende de former for handelspraksis, der er opregnet i bilag 1.

Kapitel 5

Forhold mellem erhvervsdrivende

Vildledende og utilbørlig handelspraksis mellem erhvervsdrivende

§ 11. En forsikringsdistributørs handelspraksis må ikke være egnet til at vildlede, således at dette kan antages at påvirke andre erhvervsdrivendes økonomiske adfærd eller skade en konkurrent.

Stk. 2. Ved vurderingen af, om en forsikringsdistributørs handelspraksis er vildledende efter stk. 1, skal der tages hensyn til den pågældende handelspraksis som helhed, herunder oplysninger om

- 1) egenskaberne ved produktet,
- 2) prisen eller den måde, prisen beregnes på, og betingelserne for levering af produkterne og
- 3) annoncørens status, egenskaber og rettigheder.

Stk. 3. En forsikringsdistributørs handelspraksis må ikke være aggressiv eller utilbørlig over for andre erhvervsdrivende.

Kapitel 6

Oplysningsforpligtelser

§ 12. Et forsikringsselskab skal i forbindelse med markedsføring til forbrugere af en forsikringsaftale, der dækker risici uden for Danmark, og som tegnes i et skadesforsikringsselskab oplyse om

- 1) selskabets hjemland, og
- 2) om selskabet er omfattet af en garantiordning, der dækker kundens krav i tilfælde af selskabets konkurs, og navnet på denne garantiordning.

Stk. 2. Distribuerer et forsikringsselskab forsikringsaftaler, der dækker risici uden for Danmark, og som tegnes i et skadesforsikringsselskab, skal forsikringsselskabet på sin hjemmeside på dansk oplyse,

- 1) om en skadesforsikringsaftale til forbrugere, tegnet i et skadesforsikringsselskab, er omfattet af en garantiordning og indholdet af denne garantiordning, jf. stk. 1, nr. 2, og
- 2) forsikringsselskabets navn og adresse.

Stk. 3. Har et forsikringsselskab ikke en hjemmeside, skal de oplysninger, der er nævnt i stk. 2, gives i forbindelse med markedsføring af en skadesforsikringsaftale, jf. stk. 1.

§ 13. Forsikringsformidlere og accessoriske forsikringsformidlere skal i forbindelse med markedsføring til forbrugere af en skadesforsikringsaftale, der dækker risici uden for Danmark, og som tegnes i et skadesforsikringsselskab oplyse,

- 1) i hvilket forsikringsselskab forsikringen tegnes,
- 2) forsikringsselskabets hjemland, og
- 3) om forsikringsselskabet er omfattet af en garantiordning, der dækker kundens krav i tilfælde af forsikringsselskabets konkurs, og navnet på denne garantiordning.

Stk. 2. Distribuerer forsikringsformidlere og accessoriske forsikringsformidlere forsikringsaftaler, der dækker risici uden for Danmark, og som tegnes i et skadesforsikringsselskab, skal formidlerne på deres hjemmeside på dansk oplyse,

- 1) om en skadesforsikringsaftale til forbrugere, tegnet i et skadesforsikringsselskab, er omfattet af en garantiordning, og indholdet af denne garantiordning, jf. stk. 1, nr. 3, og
- 2) forsikringsselskabets navn og adresse.

Stk. 3. Har en forsikringsformidler eller en accessorisk forsikringsformidler ikke en hjemmeside, skal de oplysninger, der er nævnt i stk. 2, gives i forbindelse med markedsføring af en skadesforsikringsaftale, jf. stk. 1.

Stk. 4. Stk. 1 og 2 finder ikke anvendelse på uafhængige forsikringsformidlere.

§ 14. En forsikringsformidler skal i god tid inden indgåelse af en forsikringsaftale give kunden følgende oplysninger:

- 1) Forsikringsformidlerens navn og adresse, samt oplysning om, at den pågældende er forsikringsformidler.
- 2) Om forsikringsformidleren yder rådgivning om de solgte forsikringsprodukter.
- 3) Hvordan kunden kan klage over forsikringsformidleren.

- 4) Hvilket register forsikringsformidleren er optaget i og angivelse af, hvordan det kan kontrolleres.
- 5) Om forsikringsformidleren repræsenterer kunden eller handler på vegne af et forsikringsselskab.
- 6) Om forsikringsformidleren har en direkte eller indirekte andel på 10 pct. eller mere af stemmerettighederne eller kapitalen i et bestemt forsikringsselskab.
- 7) Om et bestemt forsikringsselskab eller moderselskabet til et bestemt forsikringsselskab har en direkte eller indirekte andel på 10 pct. eller mere af stemmerettighederne eller kapitalen i en forsikringsformidler.
- 8) Om forsikringsformidleren i forbindelse med den aftale, der foreslås eller rådgives om,
 - a) yder rådgivning på basis af en objektiv og personlig analyse,
 - b) har en kontraktretlig forpligtelse til udelukkende at benytte et eller flere forsikringsselskaber, og i givet fald meddele kunden navnene på disse forsikringsselskaber, eller
 - c) ikke har en kontraktretlig forpligtelse til udelukkende at benytte et eller flere forsikringsselskaber til sin forsikringsdistributionsvirksomhed og ikke yder rådgivning på basis af en objektiv og personlig analyse; i så fald skal forsikringsformidleren meddele navnene på de forsikringsselskaber, som forsikringsformidleren kan benytte og faktisk benytter.
- 9) Hvilken form for aflønning der modtages i forbindelse med forsikringsaftalen.
- 10) Om forsikringsformidleren i forhold til forsikringsaftalen arbejder på basis af
 - a) et honorar, som er den aflønning, kunden betaler direkte,
 - b) en form for provision, som er den aflønning, der indgår i forsikringspræmien,
 - c) enhver anden form for aflønning, herunder en form for økonomisk fordel, som tilbydes eller gives i forbindelse med forsikringsaftalen, eller
 - d) en kombination af enhver form for aflønning i a, b eller c.
- 11) Om navn og adresse på det forsikringsselskab hvori forsikringen tegnes.
- 12) Om hvorvidt skadesforsikringsselskabet, når der er tale om en skadesforsikringsaftale til forbrugere, der dækker risici uden for Danmark, er omfattet af en garantiordning, der dækker kundens krav i tilfælde af selskabets konkurs, og navnet på denne garantiordning.

Stk. 2. Skal kunden betale honoraret direkte til forsikringsformidleren, skal forsikringsformidlere oplyse kunden om honorarets størrelse eller, hvis dette ikke er muligt, metoden til beregning af honoraret.

Stk. 3. Foretager kunden betalinger ud over de løbende præmier og planlagte betalinger i henhold til forsikringsaftalen efter dens indgåelse, skal forsikringsformidleren give oplysninger i overensstemmelse med stk. 1, nr. 6-10, og stk. 2, om hver enkelt af sådanne betalinger.

Stk. 4. Accessoriske forsikringsformidlere skal i god tid inden indgåelse af en forsikringsaftale give kunden oplysningerne i stk. 1, nr. 1, 3, 4, 9, 11 og 12.

Stk. 5. Forsikringsselskaber og forsikringsformidlere, der udøver forsikringsdistribution gennem en accessorisk forsikringsformidler, der er undtaget fra lov om forsikringsformidling, jf. § 1, stk. 2, i lov om forsikringsformidling, er ansvarlige for, at den pågældende accessoriske forsikringsformidler overholder stk. 1, nr. 1 og 3.

Stk. 6. Stk. 1, nr. 11 og 12, finder ikke anvendelse på uafhængige forsikringsformidlere.

Stk. 7. En forsikringsformidler, som modtager oplysning om, at en ansat bliver tilmeldt en obligatorisk arbejdsmarkedspensionsordning, hos en kunde, uden at have truffet en individuel beslutning om at tilmelde sig den, skal straks give den ansatte oplysningerne i stk. 1, nr. 1-10, stk. 2 og 3.

§ 15. Et forsikringsselskab skal i god tid inden indgåelse af en forsikringsaftale give kunden følgende oplysninger:

- 1) Forsikringsselskabets navn og adresse.
- 2) At det er et forsikringsselskab.
- 3) Om forsikringsselskabet yder rådgivning om de solgte forsikringsprodukter.
- 4) Hvordan kunden kan klage over forsikringsselskabet.
- 5) Den lovgivning der skal finde anvendelse på aftalen, hvis det er aftalt, at der skal anvendes anden lovgivning end dansk.
- 6) Hvilken form for aflønning dets ansatte modtager i forbindelse med forsikringsaftalen.

Stk. 2. Foretager kunden betalinger ud over de løbende præmier og planlagte betalinger i henhold til forsikringsaftalen efter dens indgåelse, skal forsikringsselskabet også give oplysninger i overensstemmelse med stk. 1, nr. 6, om hver enkelt af sådanne betalinger.

Stk. 3. Et forsikringsselskab, som modtager oplysning om, at en ansat bliver tilmeldt en obligatorisk arbejdsmarkedspensionsordning, hos en kunde, uden at have truffet en individuel beslutning om at tilmelde sig den, skal straks give den ansatte oplysningerne i stk. 1 og 2.

§ 16. Uanset om der ydes rådgivning, og uanset om forsikringsproduktet er en del af en pakke, jf. § 23, skal forsikringsdistributøren inden aftalens indgåelse give kunden de relevante oplysninger om forsikringsproduktet i en form, som er forståelig og tilpasset forsikringsproduktets kompleksitet og den enkelte kundetype, så kunden kan træffe en informeret beslutning, jf. i øvrigt stk. 2.

Stk. 2. Ved distribution af skadeforsikringsprodukter som opført i bilag I til Europa-Parlamentet og Rådets direktiv 2009/138/EF af 25. november 2009 om adgang til og udøvelse af forsikrings- og genforsikringsvirksomhed, skal forsikringsdistributøren give oplysningerne i stk. 1 i form af et standardiseret dokument, jf. § 17.

Stk. 3. En forsikringsdistributør, som modtager oplysning om, at en ansat bliver tilmeldt en obligatorisk arbejdsmarkedspensionsordning, hos en kunde, uden at have truffet en individuel beslutning om at tilmelde sig, skal straks give den ansatte oplysningerne i stk. 1 og 2.

Stk. 4. Et forsikringsselskab eller en forsikringsformidler, der udøver forsikringsdistribution gennem en accessorisk forsikringsformidler, der er undtaget fra lov om forsikringsformidling, jf. § 1, stk. 2, i lov om forsikringsformidling, skal sikre, at den pågældende accessoriske forsikringsformidler forelægger dokumentet, jf. § 17 forud for indgåelse af aftalen.

Stk. 5. Uanset § 3, stk. 1, kan dokumentet, jf. § 17 gives til kunden på andet varigt medium eller på papir.

§ 17. En producent af et skadeforsikringsprodukt, som opført i bilag I til Europa-Parlamentet og Rådets direktiv 2009/138/EF af 25. november 2009 om adgang til og udøvelse af forsikrings- og genforsikringsvirksomhed, skal udarbejde et standardiseret dokument med oplysninger om forsikringsproduktet på papir eller et andet varigt medium.

Stk. 2. Dokumentet med oplysninger om forsikringsproduktet skal opfylde følgende:

- 1) Være et kort og selvstændigt dokument.
- 2) Udformes og opstilles således, at det er klart og let læseligt, med brug af en læsevenlig skriftstørrelse.
- 3) Være lige så forståeligt, hvis det oprindeligt er affattet i farver, men udskrives eller fotokopieres i sort-hvid.
- 4) Affattes på de officielle sprog eller på et af de officielle sprog, der anvendes i den del af medlemslandet, hvor forsikringsproduktet tilbydes, eller på et andet sprog, hvis forbrugeren og distributøren enes herom.
- 5) Være nøjagtigt og ikke vildledende.
- 6) Indeholde titlen »dokument med oplysninger om forsikringsproduktet« overst på første side.
- 7) Indeholde en meddelelse om, at fuldstændige prækontraktlige og kontraktlige oplysninger om produktet findes i andre dokumenter.

Stk. 3. Dokumentet med oplysninger om forsikringsproduktet skal indeholde følgende oplysninger:

- 1) Oplysninger om formen for forsikring.
- 2) En sammenfatning af forsikringsdækningen, herunder de vigtigste forsikrede risici, den forsikrede sum og, hvor det er relevant, det geografiske anvendelsesområde og en sammenfatning af de ikke medtagne risici.
- 3) Betingelser for indbetaling af præmier, herunder over hvor lang tid indbetalingerne skal ske.
- 4) De vigtigste undtagelser, hvor der ikke kan indgives skadesanmeldelser.
- 5) Forpligtelser ved aftalens begyndelse.
- 6) Forpligtelser i løbet af aftalens varighed.
- 7) Forpligtelser i tilfælde af, at der indgives en skadesanmeldelse.
- 8) Aftalens varighed herunder datoerne for aftalens begyndelse og udløb.
- 9) Betingelserne for opsigelse af aftalen.

Stk. 4. Det standardiserede dokument skal endvidere være i overensstemmelse Kommissionens gennemførelsesforordning 2017/1469/EU af 11. august 2017 om fastsættelse af et standardiseret præsenteringsformat for dokumentet med oplysninger om forsikringsproduktet.

Kapitel 7

Indgåelse, ændring og fornyelse af forsikringsaftaler

§ 18. En forsikringsdistributør skal indgå eller bekræfte alle væsentlige aftaler med forbrugere på papir eller på andet varigt medium. En aftale skal indeholde en beskrivelse af parternes væsentlige rettigheder og pligter samt af de finansielle ydelser, der er omfattet af aftalen. Er der i forbindelse med aftalens indgåelse ydet rådgivning, skal væsentlige forudsætninger for rådgivningen nedfældes i aftalen eller fremgå af bilag til aftalen enten på papir eller på andet varigt medium.

Stk. 2. Vilkår, der indgår i aftalen, kan fremgå ved en henvisning til separate dokumenter, herunder forsikringsdistributørens almindelige forretningsbetingelser.

Stk. 3. Har en forsikringsdistributør ikke kendskab til den enkelte forbrugers identitet, eller hvor der i en forsikringsordning er en bemyndiget, kan de i medfør af stk. 1 og 2 krævede oplysninger udleveres til den fysiske eller juridiske person, der er bemyndiget til at modtage dette materiale.

§ 19. Et forsikringsselskab skal senest 30 dage inden forsikringsperiodens udløb varsle enhver væsentlig ændring af forsikringsaftalen, der er til ugunst for forbrugeren. Varslet skal meddeles på papir eller på andet varigt medium.

Stk. 2. Varslet skal indeholde oplysning om de væsentligste karakteristika ved ændringen samt angive, hvordan forbrugeren kan opsiges forsikringen.

Stk. 3. En ændring, der sker i henhold til anden lovgivning eller er i overensstemmelse med vilkår om ændring, der klart fremgår af forsikringsaftalen, skal ikke varsles.

Stk. 4. Et forsikringsselskab kan ikke ved anvendelse af varslingen i stk. 1 udvide den eksisterende forsikringsaftale med tilvalgsdækninger.

Stk. 5. Stk. 1-4 finder ikke anvendelse på livs- og pensionsforsikringer samt på de eventuelle personforsikringer, der er tegnet i tilknytning hertil.

Kapitel 8

Kundens krav og behov

§ 20. Inden en forsikringsaftale indgås, skal forsikringsdistributøren på baggrund af oplysninger fra kunden fastlægge kundens krav og behov. Forsikringsdistributøren skal give kunden objektive oplysninger om forsikringsproduktet på en forståelig måde, så kunden kan træffe en informeret beslutning.

Stk. 2. Alle forsikringsaftaler, der foreslås kunden, skal være i overensstemmelse med kundens forsikringskrav og -behov.

Stk. 3. Ved kombinations- og pakkesalg, jf. § 23, skal forsikringsdistributøren præcisere kundens krav og behov i forbindelse med de forsikringsprodukter, der udgør en del af den samlede pakke eller den samme aftale.

Stk. 4. Forsikringsselskaber og forsikringsformidlere, der udøver forsikringsdistribution gennem en accessorisk forsikringsformidler, der er undtaget fra lov om forsikringsformidling, jf. § 1, stk. 2, i lov om forsikringsformidling, skal sikre, at den pågældende accessoriske forsikringsformidler

har passende og forholdsmæssige ordninger med henblik på, at denne kan overholde stk. 1-3.

§ 21. Når en forsikringsdistributør yder rådgivning, inden en forsikringsaftale indgås, skal forsikringsdistributøren give en individuel anbefaling, der forklarer, hvorfor et bestemt produkt bedst opfylder kundens forsikringskrav og -behov.

Stk. 2. Forsikringsselskaber og forsikringsformidlere, der udøver forsikringsdistribution gennem en accessorisk forsikringsformidler, der er undtaget fra lov om forsikringsformidling, jf. § 1, stk. 2, i lov om forsikringsformidling, skal sikre, at den pågældende accessoriske forsikringsformidler har passende og forholdsmæssige ordninger med henblik på, at denne kan overholde stk. 1.

§ 22. De oplysninger, der er omhandlet i § 20, stk. 1 og 2, og § 21, stk. 1, skal tilpasses kompleksiteten af det forsikringsprodukt, der foreslås, og den enkelte kunde.

Kapitel 9

Særlige regler for kombinations- og pakkesalg

§ 23. Når et forsikringsprodukt tilbydes sammen med et accessorisk produkt eller en accessorisk tjenesteydelse, der ikke er en forsikring, som en del af en pakke eller den samme aftale, skal forsikringsdistributøren meddele kunden, om de forskellige dele kan købes separat.

Stk. 2. Kan de enkelte dele af en pakke købes separat, skal forsikringsdistributøren fremlægge en beskrivelse af de forskellige dele af aftalen eller pakken og separat dokumentation for omkostninger og gebyrer i forbindelse med hver enkelt del.

Stk. 3. Adskiller den risiko eller den forsikringsdækning, som følger af en sådan aftale eller pakke, som tilbydes en kunde, sig fra den forsikringsdækning eller de risici, der er forbundet med de separate dele, skal forsikringsdistributøren fremlægge en tilstrækkelig beskrivelse af de forskellige dele i aftalen eller pakken og af måden, hvorpå deres sammenhæng ændrer forsikringsdækningen eller risikoen.

Stk. 4. Er et forsikringsprodukt accessorisk i forhold til en vare eller en tjenesteydelse, som ikke er en forsikring, som del af en pakke eller den samme aftale, skal forsikringsdistributøren tilbyde kunden at købe varen eller tjenesteydelsen uden forsikringsprodukt.

Stk. 5. Stk. 4 finder ikke anvendelse, hvis et forsikringsprodukt er accessorisk i forhold til en investeringsservice som defineret i bilag 1, afsnit A, i lov om fondsmæglerselskaber og investeringsservice og -aktiviteter, en boligkreditaftale som defineret i § 3, nr. 1, i bekendtgørelse om god skik for boligkredit eller en betalingskonto, som defineret i § 2, nr. 3, i lov om betalingskonti.

Stk. 6. Forsikringsselskaber og forsikringsformidlere, der udøver forsikringsdistribution gennem en accessorisk forsikringsformidler, der er undtaget fra lov om forsikringsformidling, jf. § 1, stk. 2, i lov om forsikringsformidling, skal sikre, at den pågældende accessoriske forsikringsformidler har passende og forholdsmæssige ordninger med henblik på, at denne kan overholde stk. 1-5.

Stk. 7. Denne bestemmelse forhindrer ikke distribution af forsikringsprodukter, der yder dækning for forskellige former for risici.

Stk. 8. En forsikringsdistributør, som modtager oplysning om, at en ansat bliver tilmeldt en obligatorisk arbejdsmarkedspensionsordning, hos en kunde, uden at have truffet en individuel beslutning om at tilmelde sig, skal straks give den ansatte oplysningerne i stk. 1-5.

Kapitel 10

Regler i det løbende aftaleforhold

§ 24. Et skadesforsikringsselskab skal årligt oplyse forbrugeren om de skadesforsikringer, som forbrugeren har hos selskabet. Selskabet skal i oversigten på tydelig måde gøre opmærksom på, at der kan være behov for ændringer.

Stk. 2. Har et forsikringsselskab ikke kendskab til den enkelte forbrugers identitet, eller hvor der i en forsikringsordning er en bemyndiget, kan de i medfør af stk. 1 krævede oplysninger udleveres til den fysiske eller juridiske person, der er bemyndiget til at modtage dette materiale.

§ 25. Anmeldes en skade på papir eller på andet varigt medium, skal forsikringsselskabet, hvis der gives helt eller delvis afslag på forsikringsdækning, meddele dette på papir eller på andet varigt medium, medmindre det klart fremgår af omstændighederne, at afslag kan meddeles på anden måde.

Stk. 2. Anmeldes en skade på anden måde, har anmelderen efter anmodning krav på afslag i papirformat eller på andet varigt medium. Forbrugeren skal informeres om denne adgang.

Kapitel 11

Supplerende krav til uafhængige forsikringsformidlere

§ 26. Når en uafhængig forsikringsformidler, jf. § 16 i lov om forsikringsformidling, indhenter tilbud på forsikringsaftaler for kunden hos en eller flere forsikringsdistributører, skal den uafhængige forsikringsformidler samtidig give de informationer til forsikringsdistributøren, der er nødvendige for, at forsikringsdistributøren kan fastsætte prisen på forsikringen.

§ 27. I pensionsordninger omfattet af pensionsbeskatningslovens afsnit I skal den uafhængige forsikringsformidler i forbindelse med indhentelse af tilbud oplyse forsikringsdistributøren om størrelsen af det honorar, der er aftalt mellem kunden og den uafhængige forsikringsformidler. Den uafhængige forsikringsformidler skal samtidig oplyse forsikringsdistributøren om længden af den periode, hvori kunden og den uafhængige forsikringsformidler har aftalt, at honoraret skal indregnes i forsikringspræmien. Perioden må ikke overstige tre år. Forsikringsdistributøren skal indregne dette honorar i forsikringspræmien og betale honoraret til den uafhængige forsikringsformidler.

§ 28. Et forsikringsselskab kan uanset § 16, stk. 1, nr. 2, i lov om forsikringsformidling, på kundens vegne varetage formidlingen af de i § 29, stk. 2, nr. 2, nævnte beløb til den

uafhængige forsikringsformidler. Kunden og forsikringsdistributøren kan endvidere indgå aftale om finansiering af kundens betaling til den uafhængige forsikringsformidler.

Samarbejdsaftale og fuldmagt

§ 29. Inden en konkret forsikringsaftale indgås, skal en uafhængig forsikringsformidler aftale vilkår for samarbejdet med kunden på papir eller andet varigt medium.

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

- 1) hvilke ydelser den uafhængige forsikringsformidler skal levere,
- 2) størrelsen af det beløb, som kunden eller ejere af en forsikringsordning hos kunden skal betale for den uafhængige forsikringsformidlers ydelser,
- 3) aftalens løbetid, herunder frist for parternes opsigelse, og
- 4) i hvilket omfang den uafhængige forsikringsformidlers ansvarsforsikring ikke dækker de aftalte ydelser.

Stk. 3. Opsiger den uafhængige forsikringsformidler samarbejdet med en kunde, skal opsigelsen ske på papir eller andet varigt medium. Den uafhængige forsikringsformidler skal samtidig underrette kunden om eventuelle konsekvenser af opsigelsen.

§ 30. I det omfang en uafhængig forsikringsformidler 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 den uafhængige forsikringsformidler er bemyndiget til at handle på kundens vegne, herunder om den uafhængige forsikringsformidler kan opsiges eksisterende forsikringsaftaler,
- 3) at oplysninger afgivet af den uafhængige forsikringsformidler 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.

Kapitel 12

Supplerende regler for distribution af forsikringsbaserede investeringsprodukter Forebyggelse af interessekonflikter

§ 31. En forsikringsformidler eller et forsikringsselskab, der udøver distribution af forsikringsbaserede investeringsprodukter, skal have effektive organisatoriske og administrative ordninger med henblik på at træffe alle rimelige forholdsregler til forebyggelse af, at interessekonflikter, jf. §§ 32 og 33, skader kundens interesser.

Stk. 2. Ordningerne skal være forholdsmeæssigt afpasset den udførte virksomhed, de solgte forsikringsprodukter og typen af distributør.

§ 32. Forsikringsformidlere og forsikringsselskaber træffer alle relevante forholdsregler for at kunne påvise interessekonflikter mellem dem, herunder deres ledere og ansatte eller enhver anden person, der direkte eller indirekte er tilknyttet forsikringsformidleren eller forsikringsselskabet, og deres kunder, eller mellem kunderne indbyrdes, som opstår ved udøvelsen af forsikringsdistributionsvirksomhed.

Stk. 2. Hvis de organisatoriske eller administrative ordninger, jf. § 30, ikke er tilstrækkelige til med rimelig sikkerhed at kunne forebygge risikoen for, at kunders interesser skades, skal forsikringsformidleren eller forsikringsselskabet klart oplyse kunden om interessekonflikternes generelle karakter eller årsager i god tid inden indgåelsen af en forsikringsaftale.

§ 33. Oplysningerne i § 32, stk. 2, skal

- 1) gives på et varigt medium og
- 2) være tilstrækkelig detaljerede afhængig af kundetypen, så kunden kan træffe en informeret beslutning inden indgåelse af en aftale med en forsikringsdistributionsvirksomhed omfattet af § 32, stk. 2.

Supplerende oplysningskrav og krav til kunderegistrering

§ 34. En forsikringsformidler eller et forsikringsselskab skal inden indgåelsen af en aftale om distribution af forsikringsbaserede investeringsprodukter mindst følgende oplysninger:

- 1) Forsikringsformidlere og forsikringsselskaber, der yder rådgivning, skal oplyse, om de giver kunden en periodisk vurdering af de anbefalede forsikringsbaserede investeringsprodukters egnethed, jf. §§ 37-40.
- 2) Relevant vejledning og relevante advarsler om de risici der er forbundet med de forsikringsbaserede investeringsprodukter eller i forbindelse med særlige foreslåede investeringsstrategier.
- 3) Alle omkostninger og tilknyttede gebyrer i forbindelse med distributionen af det forsikringsbaserede investeringsprodukt, herunder udgifterne til rådgivning, og hvor det er relevant, udgifter til det forskningsbaserede investeringsprodukt, som anbefales eller afsættes til kunden, og oplysninger om, hvordan kunden kan betale for det, herunder eventuelle tredjemandsbetalinger.

Stk. 2. Oplysningerne om alle omkostninger og gebyrer, herunder omkostninger og gebyrer i forbindelse med distribution af det forsikringsbaserede investeringsprodukt, som ikke skyldes tilstedeværelsen af underliggende markedsrisici, skal foreligge i sammenfattet form, så kunden får et overblik over de samlede omkostninger og den samlede effekt på afkastet af investeringen og, hvis kunden måtte anmode herom, skal en specificeret opgørelse af omkostningerne og gebyrerne leveres. Sådanne oplysninger leveres i givet fald regelmæssigt og mindst én gang om året for kunden under investeringens livscyklus.

Stk. 3. Oplysningerne skal gives i en form, som er forståelig på en sådan måde, at kunder eller potentielle kunder i rimeligt omfang kan forstå det tilbudte forsikringsbaserede investeringsprodukts art og risici og dermed træffe informere-

rede investeringsbeslutninger. Disse oplysninger kan gives i et standardiseret format.

§ 35. En forsikringsformidler eller et forsikringsselskab skal registrere sine kunder i sit kundekartotek med det eller de dokumenter, som er aftalt mellem forsikringsformidleren og kunden eller mellem forsikringsselskabet og kunden, hvori parternes rettigheder og forpligtelser er anført samt de øvrige betingelser, som gælder for forsikringsformidlerens eller forsikringsselskabets tjenesteydelser til kunden.

Stk. 2. Parternes kontraktlige rettigheder og forpligtelser kan medtages ved henvisning til andre dokumenter eller lovtekster.

§ 36. Forsikringsformidlere eller forsikringsselskaber kan betale eller modtage honorarer, provisioner, eller naturalieydelser i forbindelse med distribution af et forsikringsbaseret investeringsprodukt eller en accessorisk tjenesteydelse, til eller fra andre parter end kunden eller en person, som handler på vegne af kunden, hvis betalingen eller ydelsen

- 1) ikke har en skadelig indvirkning på kvaliteten af den pågældende tjenesteydelse til kunden, og
- 2) ikke hindrer forsikringsformidlerens eller forsikringsselskabets opfyldelse af pligten til at handle ærligt, redeligt og professionelt i overensstemmelse med kundens bedste interesse.

Egnethedstest

§ 37. Når en forsikringsformidler eller et forsikringsselskab yder rådgivning om et forsikringsbaseret investeringsprodukt, skal formidleren eller selskabet indhente de nødvendige oplysninger om kundens kendskab til og erfaring på det investeringsområde, som er relevant for den specifikke form for produkt eller tjenesteydelse, samt for kundens finansielle situation, herunder den pågældende persons evne til at bære et tab, investeringsmål, og den pågældende persons risikovillighed, så forsikringsformidleren eller forsikringsselskabet kan anbefale kunden de forsikringsbaserede investeringsprodukter, der egner sig for vedkommende.

Stk. 2. Hvis et forsikringsbaseret investeringsprodukt indgår i en pakke af tjenesteydelser eller produkter sammensat i henhold til § 23, skal vurderingen af, om produktet egner sig for kunden, jf. stk. 1, omfatte den samlede pakke.

Hensigtsmæssighedstest

§ 38. Når en forsikringsformidler eller et forsikringsselskab distribuerer et forsikringsbaseret investeringsprodukt uden at yde rådgivning, skal formidleren eller forsikringsselskabet udbede sig oplysninger fra kunden om dennes kendskab til og erfaring på det investeringsområde, som er relevant for den specifikke form for produkt eller tjenesteydelse, der udbydes eller efterspørges. På baggrund af oplysningerne skal forsikringsformidleren eller forsikringsselskabet vurdere, om den påtænkte forsikringsydelse eller det påtænkte forsikringsprodukt er hensigtsmæssigt for kunden.

Stk. 2. Hvis et forsikringsbaseret investeringsprodukt indgår i en pakke af tjenesteydelser eller produkter sammensat i henhold til § 23, skal vurderingen af, om produktet er hensigtsmæssigt, jf. stk. 1, omfatte den samlede pakke.

Stk. 3. Vurderer forsikringsformidleren eller forsikringsselskabet på grundlag af de oplysninger, som er modtaget i medfør af stk. 1, at det forsikringsbaserede investeringsprodukt ikke er hensigtsmæssigt for kunden, skal kunden gøres udtrykkelig opmærksom herpå. Denne information kan gives i et standardiseret format.

Stk. 4. Hvis kunden ikke giver oplysningerne i medfør af stk. 1, eller giver utilstrækkelige oplysninger om sit kendskab og sine erfaringer, skal kunden gøres udtrykkelig opmærksom på, at forsikringsformidleren eller forsikringsselskabet på grund af den mangelfulde information ikke kan afgøre, om produktet er hensigtsmæssigt for vedkommende. Denne information kan gives i et standardiseret format.

Udelukkende ordreudførelse (execution only)

§ 39. Når en forsikringsformidler eller et forsikringsselskab ikke yder rådgivning om forsikringsbaserede investeringsprodukter (execution only), kan formidleren eller selskabet undlade at opfylde forpligtelserne i § 38, stk. 1, når følgende betingelser er opfyldt:

- 1) Virksomheden vedrører et af følgende forsikringsbaserede investeringsprodukter:
 - a) Aftaler, som kun medfører investeringseksponering over for finansielle instrumenter, der anses for at være ikke-komplekse i henhold til bekendtgørelse om investorbeskyttelse ved værdipapirhandel og ikke indebærer en struktur, som gør det vanskeligt for kunden at forstå de involverede risici.
 - b) Andre ikke-komplekse forsikringsbaserede investeringer.
- 2) Forsikringsdistributionsvirksomheden udøves på kundens foranledning.
- 3) Kunden er blevet oplyst om, at forsikringsformidleren eller forsikringsselskabet ikke ved ydelsen af denne forsikringsdistributionsvirksomhed er forpligtet til at vurdere, hvorvidt det forsikringsbaserede investeringsprodukt, der leveres eller tilbydes, er hensigtsmæssigt, og at kunden ikke nyder godt af den tilsvarende beskyttelse i henhold til de relevante regler om god forretningsskik. Denne information kan gives i et standardiseret format.
- 4) Forsikringsformidleren eller forsikringsselskabet opfylder forpligtelserne i §§ 31-33.

Rapportering til kunder

§ 40. Forsikringsformidleren eller forsikringsselskabet forelægger kunden fyldestgørende rapporter om den leverede tjenesteydelse på et varigt medium. Rapporterne skal omfatte periodiske meddelelser til kunden, hvori der tages hensyn til de involverede forsikringsbaserede investering-

sprodukters form og kompleksitet og karakteren af den tjenesteydelse, der er leveret til kunden. Hvor det er relevant, skal rapporterne desuden omfatte omkostninger i forbindelse med de transaktioner og tjenesteydelser, der er gennemført for kundens regning.

Stk. 2. Ved ydelse af rådgivning om et forsikringsbaseret investeringsprodukt giver forsikringsformidleren eller forsikringsselskabet inden indgåelse af aftalen kunden en egnethedserklæring på et varigt medium, hvori den ydede rådgivning specificeres, og det specificeres, hvordan denne rådgivning opfylder kundens præferencer, mål og andre karakteristika. § 3, stk. 1 og 2, finder tilsvarende anvendelse.

Stk. 3. Indgås aftalen telefonisk eller på anden måde, hvor kunden ikke umiddelbart kan få oplysninger omfattet af stk. 2, kan forsikringsformidleren eller forsikringsselskabet afgive egnethedserklæringen på et varigt medium umiddelbart efter, at kunden er bundet af en aftale, såfremt begge følgende betingelser er opfyldt:

- 1) Kunden har indvilliget i at modtage egnethedserklæringen uden unødigt forsinkelse efter indgåelsen af aftalen.
- 2) Forsikringsformidleren eller forsikringsselskabet har givet kunden mulighed for at udskyde indgåelsen af aftalen for at modtage egnethedserklæringen forud for indgåelsen af aftalen.

Stk. 4. Hvis en forsikringsformidler eller et forsikringsselskab har underrettet kunden om, at formidleren eller selskabet vil gennemføre en periodisk vurdering af egnetheden, skal den periodiske rapport indeholde en ajourført erklæring om, hvordan det forsikringsbaserede investeringsprodukt opfylder kundens præferencer og mål og andre af kundens karakteristika.

Kapitel 13

Tilsyns- og straffebestemmelser

§ 41. Finanstilsynet kan give påbud om berigtigelse af forhold, der er i strid med bestemmelser i denne bekendtgørelse samt bilag 1.

§ 42. Med bøde straffes den, der undlader at efterkomme påbud efter § 41. Overtrædelse af § 6, stk. 1, § 7, stk. 1, 3 og 4, § 8, stk. 1, § 10, § 12, § 13, stk. 1-3, § 14, stk. 1-5 og 7, §§ 15 og 16, stk. 1-4, § 17, § 19, stk. 1 og 2, § 23, stk. 1-4, 6 og 8, og § 34, 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

§ 43. Bekendtgørelsen træder i kraft 1. januar 2025.

Stk. 2. Bekendtgørelse nr. 1779 af 6. september 2021 om god skik for forsikringsdistributører ophæves.

Erhvervsministeriet, den 6. december 2024

MORTEN BØDSKOV

/ Julie Sonne

Bilag 1**Specifikke former for handelspraksis, som altid anses for vildledende eller aggressive***Vildledende handelspraksis*

- 1) Den erhvervsdrivende hævder at have underskrevet en adfærdskodeks, selvom det ikke er tilfældet.
- 2) Den erhvervsdrivende fremviser kvalitetscertificering, kvalitetsmærke eller tilsvarende uden at have opnået den nødvendige tilladelse.
- 3) Den erhvervsdrivende hævder, at en adfærdskodeks er godkendt af en offentlig myndighed eller anden myndighed, selvom det ikke er tilfældet.
- 4) Den erhvervsdrivende hævder, at en erhvervsdrivende (herunder dennes handelspraksis) eller et produkt er blevet godkendt eller tilladt af en offentlig eller privat instans, selvom det ikke er tilfældet, eller fremsætter en sådan påstand uden at opfylde betingelserne for godkendelse eller tilladelse.
- 5) Den erhvervsdrivende opfordrer til at købe produkter til en bestemt pris uden at gøre opmærksom på, at der kan være rimelige grunde til at antage, at han ikke vil være i stand til at levere eller få en anden erhvervsdrivende til at levere de pågældende eller tilsvarende produkter til den pågældende pris inden for en periode og i en mængde, som er rimelig i forhold til produktet, omfanget af den reklame, der er gjort for produktet, og den opgivne pris (bait advertising).
- 6) Den erhvervsdrivende opfordrer til køb af produkter til en bestemt pris, men nægter at vise det averterede produkt for forbrugerne, eller nægter at tage imod bestilling af det eller levere det inden for et rimeligt tidsrum, eller fremviser en defekt udgave af det, fordi han agter at promovere et andet produkt (bait and switch).
- 7) 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 forbrugerne tilstrækkelig mulighed for eller tid til at træffe en informeret beslutning.
- 8) Den erhvervsdrivende påtager sig at yde eftersalgsservice til en forbruger, med hvem han har kommunikeret forud for transaktionen på et sprog, som ikke er et officielt sprog i den medlemsstat, hvor den erhvervsdrivende er etableret, men yder kun en sådan service på et andet sprog uden tydeligt at have tilkendegivet dette over for forbrugeren, før denne forpligtede sig i forhold til transaktionen.
- 9) Det angives, eller der gives på anden måde indtryk af, at et produkt kan sælges lovligt, selvom dette ikke er tilfældet.
- 10) Rettigheder, som forbrugeren har efter loven, fremstilles som et særligt kendetegn ved den erhvervsdrivendes tilbud.
- 11) Der anvendes redaktionelt indhold i medierne til at promovere produktet, hvor en erhvervsdrivende har betalt for en sådan reklame, uden at dette fremgår tydeligt af indholdet eller af billeder eller lyd, som tydeligt kan identificeres af forbrugeren. Dette berører ikke direktiv 89/552/EØF som kodificeret ved direktiv 2010/13/EU.
- 12) Der fremsættes en faktuel ukorrekt påstand vedrørende arten og omfanget af risikoen for forbrugers eller dennes families personlige sikkerhed, hvis forbrugeren ikke køber produktet.

- 13) Der promoveres et produkt, der ligner et andet produkt fremstillet af en bestemt producent, på en sådan måde, at forbrugeren med overlæg forledes til at tro, at produktet er fremstillet af samme producent, uden at dette er tilfældet.
- 14) Etablering, drift eller promovering af en salgsfremmende pyramideordning, hvor forbrugeren erlægger 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.
- 15) Det hævdes, at lukning af den erhvervsdrivendes virksomhed eller flytning til andre lokaler er forestående, selvom det ikke er tilfældet.
- 16) Det hævdes, at produkter kan gøre det lettere at vinde i hasardspil.
- 17) Det hævdes i modstrid med sandheden, at et produkt kan helbrede sygdomme, funktionsforstyrrelser eller misdannelser.
- 18) Der gives faktisk 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.
- 19) 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.
- 20) Et produkt omtales som »gratis«, »vederlagsfrit«, »uden betaling« eller lignende, selvom forbrugeren 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.
- 21) I markedsføringsmaterialet indgår en faktura eller et lignende dokument, der opfordrer til betaling, og som giver forbrugeren indtryk af, at han allerede har bestilt det produkt, der markedsføres, selvom det ikke er tilfældet.
- 22) Den erhvervsdrivende i modstrid med sandheden hævder eller giver indtryk af, at han ikke handler som led i sit erhverv, sin forretning, sit håndværk eller sin profession, eller han, i modstrid med sandheden udgiver sig for at være forbruger.
- 23) Der skabes det fejlagtige indtryk, at eftersalgsservicen i forbindelse med produktet er tilgængelig i en anden medlemsstat end den, hvor produktet sælges.

Aggressiv handelspraksis

- 24) Forbrugeren bringes til at tro, at han ikke kan forlade lokalerne, før en kontrakt er indgået.
- 25) Der aflægges personlige besøg på forbrugers bopæl, uden at forbrugers ønske om, at den erhvervsdrivende 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 national lovgivning.
- 26) Der foretages vedholdende og uønskede henvendelser pr. telefon, der ikke er omfattet af forbuddet i forbrugeraftalelovens § 4, 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.

- 27) Den erhvervsdrivende kræver, at en forbruger, 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 fordragens gyldighed, eller han systematisk undlader at svare på korrespondance vedrørende sagen, i den hensigt at afholde forbrugeren fra at udøve sine kontraktlige rettigheder.
- 28) En reklame opfordrer direkte børn til at købe eller til at overtale deres forældre eller andre voksne til at købe de produkter til dem, som reklamen vedrører. Denne bestemmelse berører ikke artikel 9, stk. 1, litra g, i direktiv 2010/13/EU om audiovisuelle medietjenester.
- 29) Der afkræves omgående eller senere betaling for eller returnering eller oplagring af produkter, som den erhvervsdrivende har leveret, selvom forbrugeren ikke har anmodet herom, idet der dog gælder en undtagelse for erstatningsprodukter, der leveres i overensstemmelse med artikel 7, stk. 3, i direktiv 97/7/EF (levering uden forudgående anmodning).
- 30) Det meddeles udtrykkeligt forbrugeren, at hvis han ikke køber produktet eller tjenesteydelsen, vil den erhvervsdrivendes job eller levebrød være truet.
- 31) Der skabes det fejlagtige indtryk, at forbrugeren allerede har vundet, vil vinde eller ved udførelse af en bestemt handling vil vinde en præmie eller et andet tilsvarende gode, selvom faktum er, at der enten ikke findes nogen præmie eller et andet tilsvarende gode, eller at den handling, som skal udføres for at indløse præmien eller et andet tilsvarende gode indebærer, at forbrugeren skal betale et pengebeløb eller på anden måde påtage sig udgifter.