

KOMMISSORIUM

27. april 2021

Kommissorium for analyse af finansielle supermarkeder og betydning for forbrugerne og konkurrencen

Baggrund

I dag findes der i den finansielle sektor flere større koncerner, som består af fx pengeinstitutter, realkreditinstitutter, forsikring- og pensionselskaber samt ejendomsmæglere. Disse koncerner omtales også som finansielle supermarkeder.

Det kan være udfordrende for forbrugerne at sætte sig ind i finansielle produkter, herunder produkttegenskaber, priser og vilkår. Det er derfor særlig vigtigt, at forbrugerne kan have tillid til den rådgivning, de modtager fra fx deres penge- eller realkreditinstitut.

Der er set eksempler på sager, hvor det, at virksomheder er i samme finansielle koncern, har resulteret i en utilfredsstillende behandling af kunderne. Danske Bank/Home-sagen er et eksempel herpå. Derudover kan det forhold, at mange finansielle ydelser er samlet i få koncerner, have indflydelse på konkurrencen, da der ikke nødvendigvis er samme incitament til innovation og effektiv prissætning.

Der er derfor behov for at undersøge betydningen for forbrugerne og konkurrencen af, at flere centrale finansielle ydelser er samlet under samme organisatoriske paraply – de såkaldte finansielle supermarkeder.

Derfor vil Erhvervsministeriet beskrive og analysere betydningen af finansielle supermarkeder for forbrugerne og konkurrencen med inddragelse af relevante myndigheder og interessenter, herunder Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

Analysens indhold

1) Beskrive strukturen i den danske finansielle sektor

I Danmark ejes flere realkreditinstitutter af pengeinstitutter, som også ejer mæglerkæder og pensionselskaber. Der er således en tendens til, at udbudet af finansielle ydelser er koncentreret på relativt få aktører. Det kan på den ene side gavne forbrugerne i form af helkundefordele og en samling af kundens finansielle produkter (bankforretning, realkredit, pension, forsikring), men det kan på den anden side have en negativ indvirkning på konkurrencesituationen, forbrugermobiliteten og incitamentet til innovation i sektoren. Samtidig kan begrænset kundemobilitet have betydning for, at

virksomhederne i for ringe grad har fokus på at behandle kunderne på en ordentlig måde.

Omvendt er der også fx store realkreditinstitutter, der ikke er koncernforbundet med et pengeinstitut.

- 2) *Analysere betydningen af finansielle supermarkeder for forbrugerne i Danmark, herunder:*
 - *betydningen af finansielle supermarkeder for forbrugerbeskyttelsen, herunder strukturen og betydningen af provisioner ved henvisninger inden for samme koncern*
 - *betydningen af finansielle supermarkeder for forbrugermobiliteten, herunder hvilken rolle helkundefordele spiller*
 - *betydningen af finansielle supermarkeder for prissætningen*

Finansielle supermarkeder samler ydelser i én organisation for kunderne, og det vil blive undersøgt, hvordan dette påvirker behandlingen af forbrugerne og forbrugerbeskyttelsen mere generelt. Det skal blandt andet kortlægges, hvordan provisions- og loyalitetsaftaler mellem enheder benyttes og hvilke incitamenter, de skaber.

På blandt andet realkreditområdet har forbrugerne ofte svært ved at navigere på markedet, og er forholdsvis passive. Det peger på, at konkurrencen kan have svære vilkår, hvilket kan have betydning for prissætningen og kundemobiliteten. Det kan for kunder blive den nemme løsning at vælge finansielle ydelser i et institut, man allerede er kunde i, og vanskeligt at overskue konsekvenserne og besværet ved at skifte. Helkundefordele kan i denne sammenhæng bidrage til at fastholde kunder i finansielle engagementer, det ellers ville give mening for kunden at fordele ud på flere aktører.

- 3) *Sammenligne ejerforholdene i den danske finansielle sektor med andre, relevante lande.*

Det vil være relevant at sammenligne omfanget af finansielle supermarkeder i Danmark med andre lande ("nabotjek") og eventuelt identificere sager fra andre lande, hvor kunder i finansielle supermarkeder er blevet behandlet dårligt som følge af denne struktur. Det skal således belyses, om der er relevante erfaringer at hente i andre lande.

- 4) *På baggrund af analysens resultater udarbejde forslag til at mindske de mulige udfordringer forbundet med finansielle supermarkeder ift. at øge konkurrencen og gøre det lettere at navigere som forbruger i sektoren.*

Analysen skal på baggrund af dens resultater munde ud i konkrete forslag til at øge konkurrencen og gøre det lettere at navigere som forbruger i sektoren. For hvert forslag beskrives såvel fordele som ulemper ved forslaget. Det bemærkes, at der er indført en del oplysningsforpligtelser til de finansielle virksomheder de senere år.

Proces mv.

Der lægges op til, at Erhvervsministeriet gennemfører analysen med inddragelse af relevante myndigheder, herunder Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, og interessenter, herunder Forbrugerrådet Tænk og Finans Danmark.

Analysen gennemføres i 2021.