

Mars, 2025

# PAKKET OG UKLART

Virksomheter på forbrukermakten  
av finansbransjens produktpakker



**FORBRUKERRÅDET**

**PAKKET OG UKLART**

Virkninger på forbrukermakten  
av finansbransjens produktpakker

Design: VON Kommunikasjon

Trykk: Oslo Digitaltrykk

	Sammendrag	5
<b>1</b>	<b>Forbrukernes opplevelser</b>	<b>6</b>
<b>2</b>	<b>Forbrukernes utfordringer</b>	<b>10</b>
2.1	Europeiske målinger	11
2.2	Klager til Finansklagenemnda 2019–2023	13
2.3	Nærmere om finansielle tjenesters kompleksitet	14
2.4	Koblingssalg gir økt kompleksitet	15
<b>3</b>	<b>Kartlegging av produktpakker i markedet</b>	<b>16</b>
3.1	Pakker med to obligatoriske produkter	18
3.2	Pakker med flere enn to obligatoriske produkter	21
3.3	Oppsummering	23
<b>4</b>	<b>Hvorfor tilbys produktpakker</b>	<b>24</b>
<b>5</b>	<b>Økonomisk litteratur om produktpakker</b>	<b>26</b>
5.1	Økonomisk teori og produktkobling	27
5.2	Vurderinger og funn med relevans for finansmarkedet	32
5.3	Produktpakker i finanssektoren i EU	35
<b>6</b>	<b>Forbrukernes rettigheter</b>	<b>36</b>
<b>7</b>	<b>Det norske regelverket om finansielle produktpakker</b>	<b>38</b>
7.1	Finansavtalelovens forbud mot koblingssalg	39
7.2	Finansforetaksloven og finansforetaksforskriften	42
7.3	Forsikringsavtalelovens forbud mot koblingssalg	43
7.4	Verdipapirhandelloven	43
<b>8</b>	<b>EUs regelverk</b>	<b>44</b>
8.1	Gjennomgang av Boliglånsdirektivet Artikkel 12	46
8.2	Forslag til endringer som kan ivareta forbrukernes interesser	50
<b>9</b>	<b>Konklusjoner</b>	<b>52</b>
	Vedlegg	54

«If you can't convince them, confuse them.»

- Harry S. Truman

# Sammendrag

Produktpakker, hvor to eller flere finansielle tjenester selges samlet, gjør finansbransjens produkter svært vanskelige å forstå og sammenlikne, og er en viktig årsak til at norske forbrukere ikke flytter og reforhandler sine bank- og forsikringstjenester.

## Kapittel 1

I en årrekke har forbrukerne oppgitt at de ikke kan flytte bare én tjeneste, som grunn til at de ikke flytter eller reforhandler. Dette går frem av Forbrukerrådets årlige spørreundersøkelser, som har blitt gjort siden 2012.

## Kapittel 2

Vi vet fra før at finansielle tjenester er vanskelige å forstå og sammenlikne, selv når de selges hver for seg. Når to eller flere produkter kobles i produktpakker, er sammenlikning enda vanskeligere.

## Kapittel 3

Vi har kartlagt innholdet i 88 produktpakker i forbrukermarkedet for finansielle tjenester sommeren 2024. Noen pakker kan føre til svært uoversiktlig og høy risiko for kunden. De fleste koblingene er av typen som forbrukerne opplever som mest innelåsende.

## Kapittel 4

Salg av produktpakker er en tradisjonsrik markedsstrategi i mange bransjer, fordi den er lønnsom for leverandører. Fordi produktpakker er lønnsomme for finansbransjen er det fare for ytterligere økt utbredelse.

## Kapittel 5

Ifølge økonomisk teori er hovedregelen at produktpakker fører til at produsenter kaprer konsumentoverskuddet.

## Kapittel 6

FN har fastslått at alle forbrukere har rett til informasjon som setter dem i stand til å gjøre informerte valg, til trygge produkter og til å kunne bytte leverandør. Finansforetakenes produktpakker utfordrer forbrukernes rettigheter, fordi de kompliserer produktinformasjon om kvalitet, tilslører pris og risiko, gjør det vanskelig å sammenlikne tilbud og å bytte leverandør.

## Kapittel 7

Norske lover har som utgangspunkt at finansielle produktpakker skal forbys. Mange unntaksbestemmelser har medført en utvanning av dette utgangspunktet, og produktpakker blir omsatt i stort omfang.

## Kapittel 8

Det europeiske regelverket setter få begrensninger for produktpakker.

## Kapittel 9

Det trengs en mer forbrukervennlig implementering i det norske lovverket av gjeldende EU-regelverk på kort sikt, og et mer forbrukervennlig EU-regelverk på litt lengre sikt.

# 1

## FORBRUKERNE OPPLEVELSER AV PRODUKTPAKKER

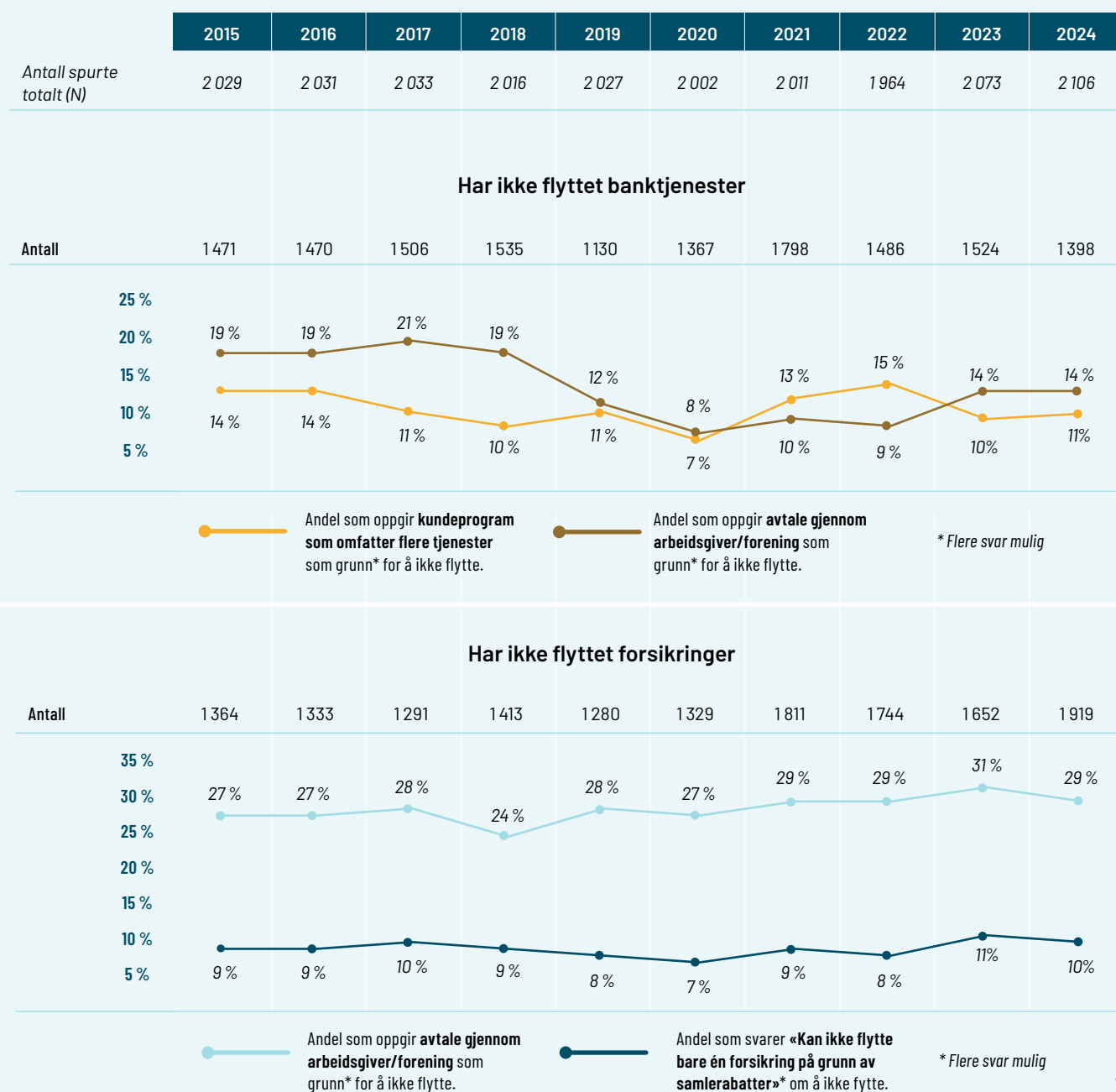
Årlige svar fra  
bytteundersøkelsene

Forbrukerrådets befolkningsundersøkelse «Nordmenns bytteevaner – finansielle tjenester» har vært gjennomført årlig siden 2012. Fra 2014 har respondentene bestått av et landsrepresentativt utvalg på cirka 2000 forbrukere over 18 år, som blant annet har blitt spurt om årsakene til at de ikke flyttet eller reforhandlet sine finansielle tjenester siste kalenderår. Andelene som årlig oppgir kundeprogram og medlemskap som grunn til at de ikke flytter eller reforhandler har holdt seg på et relativt stabilt og relativt høyt nivå. Det synes dermed dokumentert at produktpakker har innlåsingseffekter i forbrukermarkedet. I denne rapporten ser vi nærmere på hvordan disse flyttebarrierene arter seg, deres omfang, og hvilke muligheter som kan finnes for å redusere omfanget.

Andelene i de siste ti årenes bytteundersøkelser som oppgir ulike former for produktpakker og medlemskap som årsak til manglende aktivitet er gjengitt i tabellen nedenfor.

Figur 1.

### Har ikke flyttet eller reforhandlet banktjenester eller forsikringer foregående kalenderår.



I tabellen ovenfor har vi også tatt med svarandelene fra forbrukere som oppgir at avtaler med arbeidsgiver eller forening hindrer dem i å flytte, fordi utfordringene dette gir trolig er beslektet med de som oppstår med finansbransjens produktpakker. I denne rapporten behandler vi imidlertid finansielle produktpakker generelt, og eventuelle særskilte innlåsingeffekter av medlemskap vil ikke bli berørt. I de årlige bytteundersøkelsene oppgir forbrukerne også andre årsaker til sin manglende aktivitet, blant annet at de opplever å ha et godt kundeforhold til sin nåværende bank, det tar for mye tid å flytte og reforhandle m.m. Hvilke utfordringer disse svarene medfører, er ikke behandlet i denne rapporten.

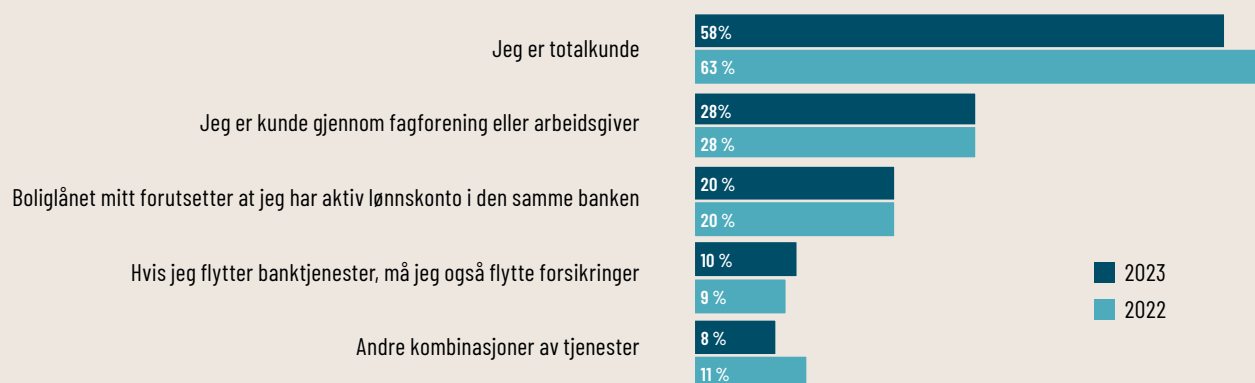
Gruppen som har oppgitt at de ikke har flyttet eller reforhandlet banktjenester fordi de har et kundeprogram som omfatter flere tjenester, har blitt spurt om hvilke kombinasjoner av tjenester som mest hindrer dem i å flytte eller reforhandle. Om lag 60 prosent oppgir totalkundeprogram som et hinder, mens 20 prosent oppgir at det viktigste hinderet er at boliglånet forutsetter at de har aktiv lønnskonto i samme bank. Om lag ti prosent oppgir at de hindres av at de også må flytte forsikringer hvis de flytter banktjenester.

Svarandelene fra de to siste undersøkelsene og noen åpne svar på åpne spørsmål fra årets undersøkelse er gjengitt i figurene nedenfor.

Figur 2.  
Koblingene som oppleves som mest innelåsende

Kilde: Bytteundersøkelsen 2024

Hvilke kombinasjoner av banktjenester hindrer deg mest i å flytte eller reforhandle? (Flere svar mulig.)



N = 162 (har ikke flyttet eller reforhandlet noen banktjenester fordi de har et kundeprogram som omfatter flere banktjenester i 2023)

Figur 3.

### Hvilke kombinasjoner av banktjenester hindrer deg mest i å flytte eller reforhandle?

**Aksjehandel**

Mann, 71 år

**Rammelån**

Kvinne, 67 år

**Pensjon og fond**

Mann, 78 år

**Fastrente**

Mann, 46 år

**Konto, BSU, fond og ASK**

Kvinne, 39 år

**Forvaltning av investeringer**

Mann, 69 år

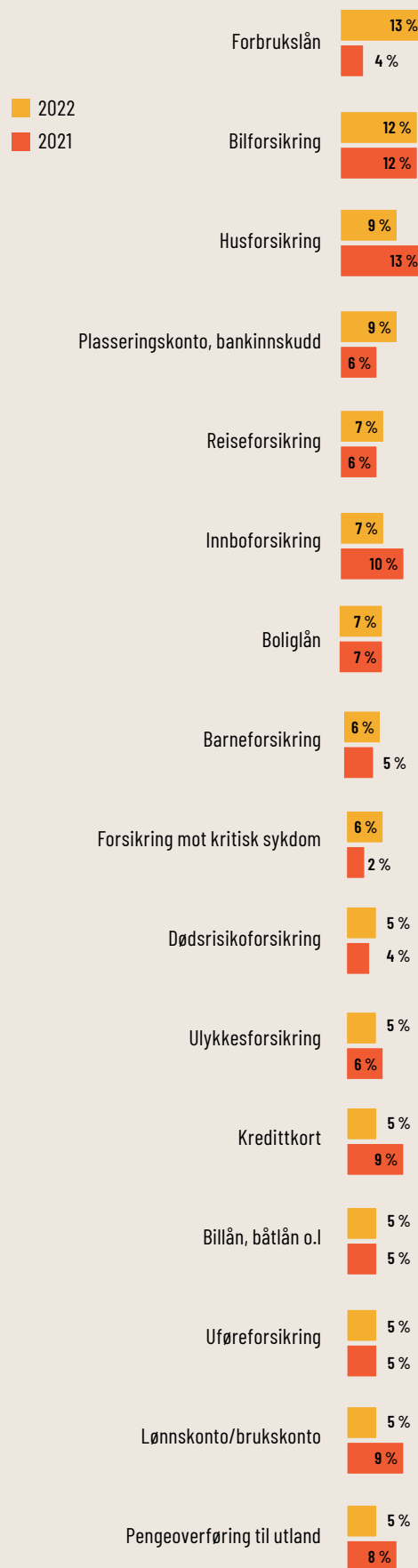
N = 14

Av de årlige bytteundersøkelsene fremgår det også at dagligbanktjenester (brukskonto med lønnsinngang og betalingstjenester, også kalt aktiv lønnskonto) er blant tjenestene med lavest flyttefrekvens. Undersøkelsen fra 2023 viste følgende fordeling (se figur 4.)

Det er nærliggende å tro at den lave mobiliteten blant dagligbankkundene har en sammenheng med at flytting av dagligbanktjenester kan medføre høye overgangskostnader i forhold til flytting av andre finansielle tjenester, eller at forbrukerne forventer at de er høye. Flyttes dagligbanktjenester må kunden for eksempel være innstilt på å ta i bruk en ny nettbank, med ny funksjonalitet. I tillegg kommer eventuelle dokument- og prosedyrekostnader. At dagligbanktjenester kobles til andre tjenester kan derfor medføre lavere mobilitet på de tilkoblede produktene, enn man ellers ville hatt.

Figur 4.

### Har du/husstanden flyttet én eller flere av følgende tjenester i løpet av 2022?



N = de som benytter den enkelte tjenesten  
(Forbrukslån N=153 - Lønnskonto N=1950)

# 2

## FORBRUKERNE UTFORDRINGER MED FINANSIELLE TJENESTER

Å forstå innholdet i en finansiell tjeneste og konsekvensene av å kjøpe den er blant de største utfordringene forbrukere har. Blant annet er forbrukermarkedet preget av høy grad av asymmetrisk informasjon, som vi kommer nærmere inn på i kapittel 5 nedenfor.

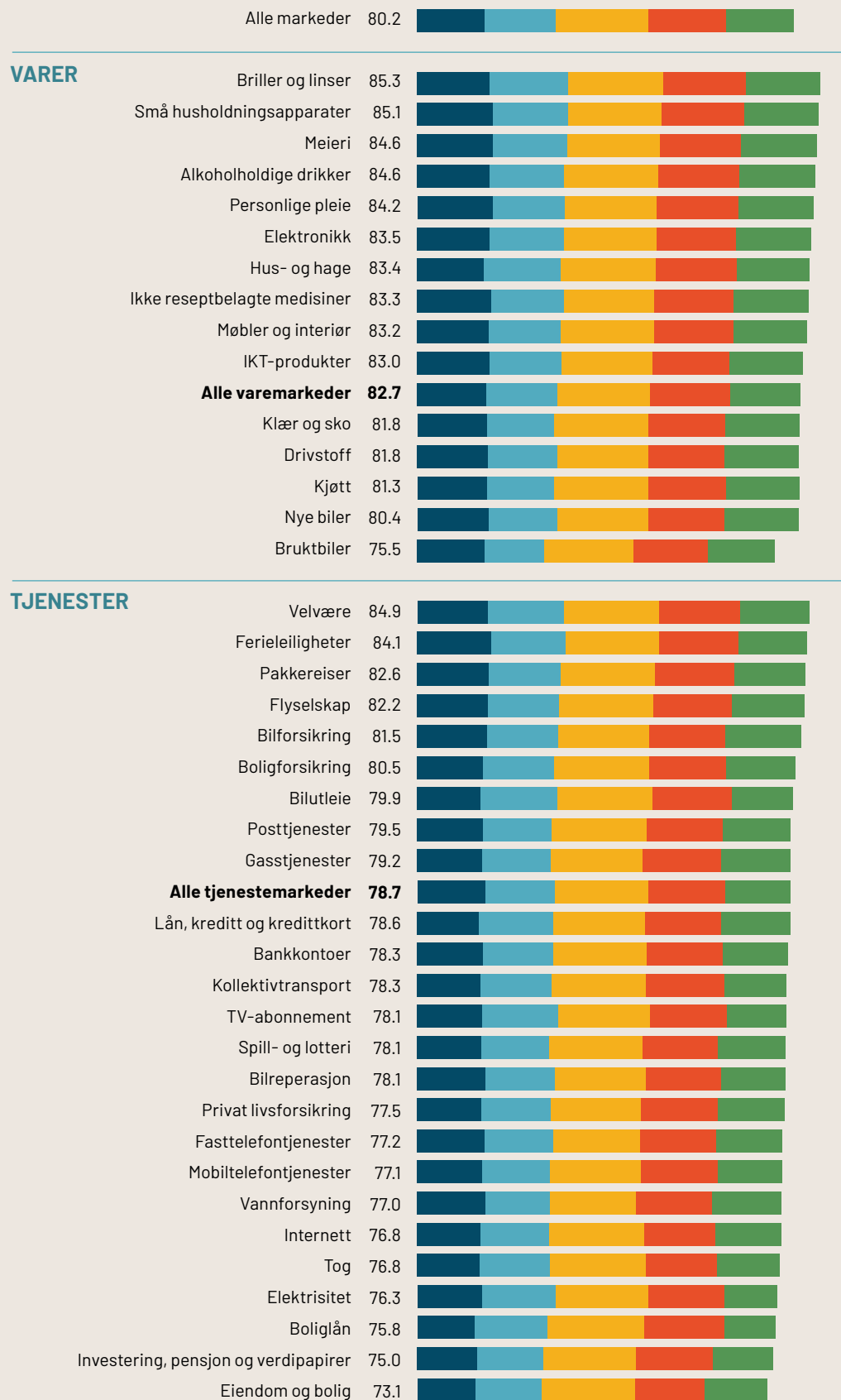
## 2.1 Europeiske målinger

Europeiske (inkludert norske) forbrukeres opplevelser av utfordringene ble sist dokumentert av EU-kommisjonen i [Consumer Market Scoreboard \(2018\)](#), som i figuren nedenfor. Som det fremgår, rangeres investeringsprodukter og boliglån om lag på samme nivå som brukte biler. Kommisjonen bemerker blant annet at (vår oversettelse):

«Banktjenester» fortsetter å være tjenesteklyngen med lavest ytelse siden de første Scoreboard-utgavene ble publisert. MPI for klyngen økte med 0,7 prosentpoeng siden 2015, men i individuelle komponenter og underkomponenter som «sammenlignbarhet», «tillit», «forventninger» og «skade» presteres det fortsatt dårlig (alle fire er i lavytelseskvartilet). Poengsummene for «valg» og «problemer» viser bedre resultater, med begge indikatorene i kvartilet med middels til høy ytelse. Andelen forbrukere som opplever problemer har gått ned med 3,8 prosentpoeng siden 2013. Til tross for noen forbedringer er forbrukerne fortsatt misfornøyde med utviklingen i markedet for «investeringsprodukter, private personlige pensjoner og verdipapirer» og «boliglån»

- Den dårlige ytelsen i denne klyngen er drevet av markedet for «investeringsprodukter, private personlige pensjoner og verdipapirer» og «boliglån». Begge markedene er i lavytelseskvartilet. Markedet for «investeringsprodukter, private personlige pensjoner og verdipapirer» er det nest dårligst vurderte tjenestemarkedet i samlet MPI, til tross for en forbedring på 0,8 prosentpoeng fra 2015.
- Dette markedet har den laveste poengsummen av alle de 25 tjenestemarkedene når det gjelder «sammenlignbarhet». Den har også svært lave skårer for «tillit» og «forventninger». Selv om andelen forbrukere som opplever problemer i dette markedet er under EU-gjennomsnittet for alle tjenester, og har sunket betydelig siden 2015 (med 3,2 prosentpoeng), er den gjennomsnittlige «skaden» forbundet med disse problemene ganske høy.
- «Boliglån er det tredje dårligst vurderte markedet av de 25 tjenestemarkedene, selv om dets MPI økte med 2,0 prosentpoeng siden 2015. «Sammenlignbarhet», «tillit» og «forventninger» vurderes som svært lave (i den fjerde- laveste posisjon blant alle andre markeder), til tross for en økning på henholdsvis 0,2, 0,3 og 0,2 prosentpoeng fra 2015. Selv om færre forbrukere opplever problemer (7,8 %, en nedgang på 1,9 pp. siden 2015), er den tilknyttede «skaden» den nest høyeste av samtlige 25 tjenestemarkeder.

Figur 5. Rangering av markeder basert på Market Performance Indicator (MPI)



**Sammenlignbarhet**  
Hvor enkelt/vanskelig er det å sammenligne tilbud.

**Tillit**  
Stoler forbrukerne på at forhandlere og leverandører overholder forbrukerlover?

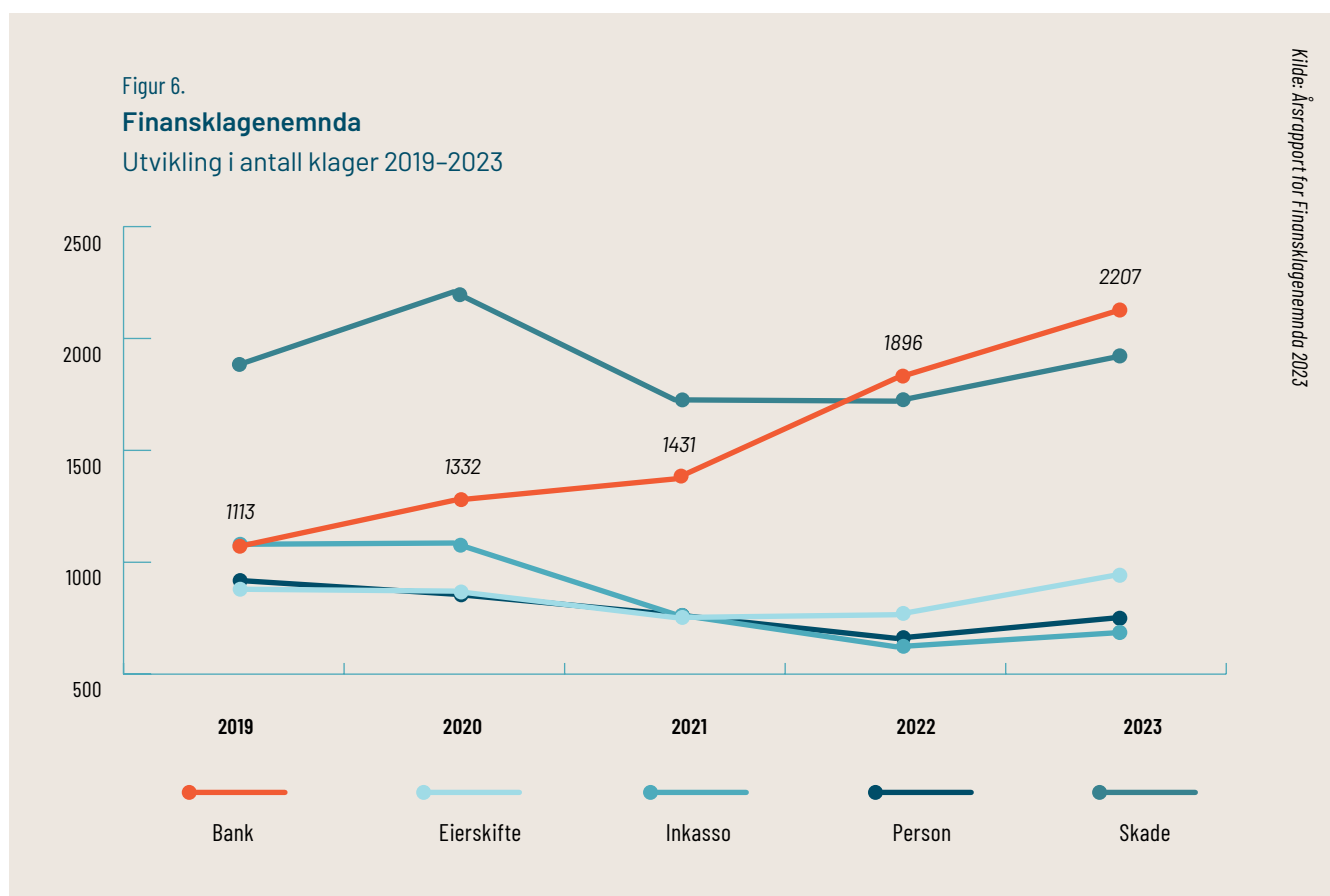
**Problemer og skade**  
Andel av kunder som opplevde problemer og skade (inkludert økonomisk tap).

**Forventninger**  
Lever markedet opp til forventningene til forbrukeren?

**Valg**  
Er forbrukeren fornøyd med antall forhandlere og leverandører innenfor markedet?

## 2.2 Klager til Finansklagenemnda 2019-2023

I perioden 2019-2023 har antallet klager fra norske forbrukere på ulike finansforetak i det norske markedet økt markant. Økningen er hovedsakelig drevet av klager rettet mot banker. Fordelt på de fem hovedområdene til Finansklagenemnda, henholdsvis «Bank», «Eierskifte», «Inkasso», «Person» og «Skade», har utviklingen i antallet klager vært som følger:



I årsrapporten til Finansklagenemnda for 2023 forklares den store økningen i klagesaker på bankområdet de siste årene slik:

«Bank finans har hatt en stor økning av klagesaker de siste årene og antall klager økte i 2023 med 16 prosent mot 2022. Flest saker gjelder tvister om ansvar for uautoriserte transaksjoner. Det er også en økning av saker som gjelder oppsigelse av konto, og hvor banken har sagt opp kundeforholdet fordi det ikke kan gjennomføres betryggende kundekontroll etter hvitvaskingsregelverket. I tillegg er det et stort antall klager knyttet til tvister om utlån. Flere av disse gjelder avtalevilkår, men det er også et stort antall klager hvor forbruker mener at banken skulle ha frarådet låneopptaket.»

## 2.3 Nærmere om finansielle tjenesters kompleksitet

Det er nærliggende å tro at forbrukernes opplevelse skyldes blant annet at det kan være vanskelig å forstå både pris, verdi og andre egenskaper ved produktene. Dermed blir det også vanskelig å sammenlikne de alternative tilgjengelige tilbudene i forbrukermarkedet.

### Noen eksempler:

Den faktiske prisen på en dagligbanktjeneste (brukskonto med lønnsinngang og betalingstjenester), er avhengig av den enkeltes bruksmønster og gebyrene for de ulike betalingstjenestene. Disse utgiftene må korrigeres med renteinntektene av beløp som til enhver tid står inne på lønnskontoen. Beregning av samlet årlig kostnad for dagligbanktjenester på Finansportalen.no forutsetter at brukeren oppgir eller bekrefter verdier for minst fem relevante variabler. For hver variabel må to verdier (mengde og stykkpris/rente) fastslås. Dette medfører at beregningsgrunnlaget for den årlige prisen består av minst ti faktorer.

Beregningsgrunnlaget for effektiv rente på et lån består av lånebeløp, nedbetalingstid, nominell rente, kapitaliseringsperiode, samt gebyrer og andre nødvendige kostnader forbundet med låneopptaket – minst fem variabler. For et boliglån kommer i tillegg boligens verdi som lånesikkerhet og andre relevante variabler nødvendig for å identifisere hvilke lånetilbud som er tilgjengelige for den enkelte, herunder bankenes markedsområder, kundens alder og organisasjonstilhørighet mv. Til sammen kan antall relevante variabler utgjøre om lag ti, og kunden må kjenne til dem og kunne estimere eller fastslå verdier for hver variabel.

Vilkår og dekning for en forsikring beskrives som hovedregel i svært detaljerte dokumenter fra selskapene – ofte over flere sider med vanskelig tilgjengelig språk. Prisen beregnes ut fra aktuariemessige vurderinger, blant annet risiko knyttet til egenskaper ved objektet som skal forsikres og forsikringstakeren. I 2016 forutsatte beregning av pris på en bilforsikring på finansportalen.no om lag 14 relevante input-variabler, herunder bilmodell, bilens alder, årlig kjørelengde, alarmsystem, parkeringsforhold, kundens skadehistorikk m.m. (Kilde: *Finansportalen.no og presentasjon for Konkurransopolitisk fagforum 26. april 2016*)

Løpende kostnader ved en investering i verdipapirer beregnes normalt ved at forvaltnings- og eventuelle salgsgebyrer beregnes prosentvis av det investerte beløpet. Avkastningen beregnes som brutto avkastning korrigert for alle kostnader som investeringen medfører. Risikoen ved verdipapirfond uttrykkes i dag gjennom et indikatorsett fra 1 (lav) til 7 (høy) i fondenes nøkkelinformasjonsdokumenter (KID-dokumenter). Til sammen må om lag fem relevante variabler i utgangspunktet være kjent og forstått av forbrukeren, for å kunne gjøre et informert valg. Husholdningens/kundens lånekostnader bør som hovedregel tas med i en lønnsomhetsvurdering, fordi en alternativ pengeplassering ofte vil være å nedbetale gjeld. Det følger av dette at om lag ti relevante variabler bør være kjent og forstått av kunden – noen av dem svært kompliserte.

## 2.4 Koblingsalg gir økt kompleksitet

Selv med relativt sammenliknbare enkeltstående finansielle produkter, som daglig-banktjenester og lån, opplever forbrukerne valgene som kompliserte. Når flere ulike komplekse produkter kobles gjennom produktpakker, kompliseres forbrukerens mulighet til å gjøre informerte valg ytterligere. Sammenlikning av pris, verdi og eventuell risiko ved én pakke med andre for å gjøre et informert valg, forutsetter også at man kan finne sammenliknbart innhold fra en annen leverandør i markedet eller flere.

Noen av de relevante variablene nevnt i punkt 3.3 ovenfor vil være langt mer krevende å forstå og gjøre seg kjent med enn andre. Likevel kan antallet som må være kjent og forstått for å kunne beregne pris, vurdere risiko og sammenlikne tilbud i markedet illustrere tjenestenes kompleksitet, som en svært grov indikator.

Med dette utgangspunktet, medfører kobling av finansielle tjenester i produktpakker eksempelvis følgende konsekvenser for forbrukeren:

1. Kobling av dagligbanktjenester (5 variabler) med boliglån (10 variabler) forutsetter at til sammen minst 15 relevante variabler er kjent og forstått.
2. Kobling av dagligbanktjenester og boliglån (minst 15 variabler) og bilforsikring (14 variabler), forutsetter at til sammen 29 relevante variabler er kjent og forstått.
3. Kobling av boliglån (10 variabler) med verdipapirfond (5 variabler) forutsetter at til sammen 15 relevante variabler er kjent og forstått.

### Spesielt om gjeldsfinansiert investering (giring)

Dersom en låneavtale forutsetter kjøp av fondsandeler eller vice versa, medfører kjøpet komplikasjoner som kommer i tillegg til beregning av pakkens pris. Innholdet i en pakke som består av verdipapirer og gjeld med flytende rente medfører en kombinasjon av markedsrisiko og kredittrisiko for kunden, og risikobildet kan bli svært uoversiktlig. Gjeldsfinansiert investering omtales ofte som [giring](#), og kan utgjøre en betydelig risiko for en vanlig husholdning. Selges slike produkter i stort omfang, kan de i verste fall utgjøre en risiko for samfunnets finansielle stabilitet.

De spesielle utfordringene som produktpakker av finansielle tjenester medfører, gjør at Forbrukerrådet er særlig interessert i utbredelsen av dem.

# 3

## KARTLEGGING AV PRODUKTPAKKER I MARKEDET

Sommeren 2024

I perioden medio juni – primo august 2024 har Forbrukerrådet kartlagt innholdet i 88 produktpakker markedsført av banker i forbrukermarkedet for finansielle tjenester. Bankenes pakker ble valgt, fordi erfaringene har vist at innholdet i bankenes pakker kan utgjøre et stort mangfold av tjenester.

Undersøkelsens mål var å kartlegge omfanget av finansielle produktpakker som selges av banker til norske forbrukere, samt se nærmere på innholdet i dem. Vi undersøkte totalt 114 bankers produktpakker. Bankene som ble undersøkt ble valgt fordi de på Finansportalen.no opplyste at de hadde produktpakker. Hovedkilden til informasjon om pakkene var bankenes egne nettsider, uten innlogging.

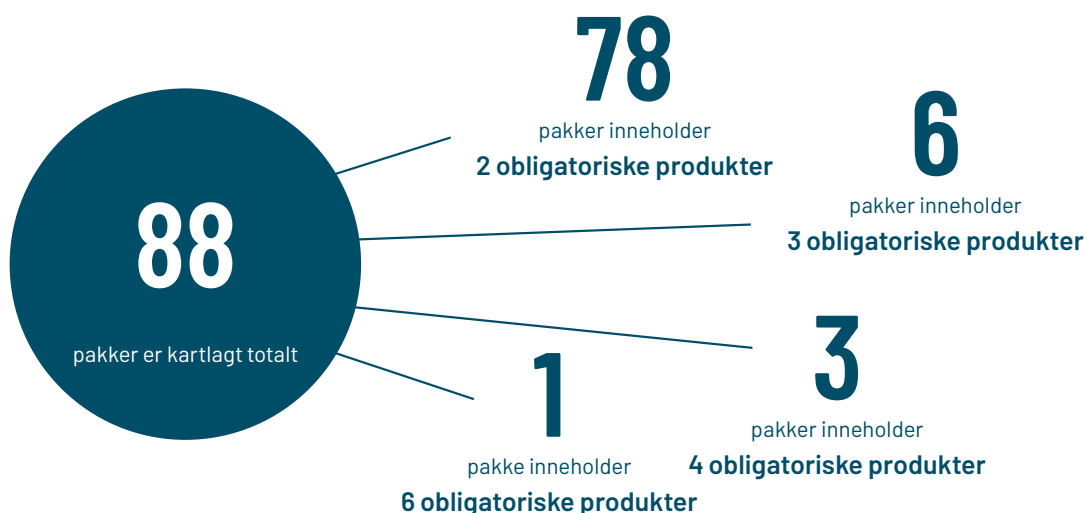
I denne gjennomgangen oppsummeres dermed informasjonen om produktene og koblingene som kunne verifiseres gjennom åpen informasjon på bankenes hjemmesider i den aktuelle perioden. Vi gjør imidlertid oppmerksom på at det er betydelige muligheter for at informasjonen fra kartleggingen ikke er fullstendig når det gjelder produktpakkers omfang og innhold.

Bankenes hjemmesider uten innlogging er brukt som hovedkilde. I mange tilfeller skriver imidlertid bankene på sine hjemmesider at full informasjon om produkter og tilbud kun er tilgjengelig ved innlogging, slik at vi har inntrykk av at store deler av produktinformasjonen kun kan oppnås ved innlogging, eller ved avtale om møte med kundefrådgiver. I en del tilfeller finner man også opplysninger om krav om tilleggskjøp i prislister, uten at kravene er beskrevet på hovedsiden. I enkelte tilfeller er det brukt google-søk basert på informasjon på finansportalen.no. Oppsummert har vi grunn til å tro at vår bruk av utelukkende åpne, skriftlige informasjonskilder ikke gir full informasjon om bankenes produktpakker.

Vår kartlegging omfatter innholdet i til sammen 88 produktpakker med to eller flere produkter fra 54 banker. De aller fleste av de kartlagte pakkene inkluderer opptak av gjeld.

I gjennomgangen har vi lagt til grunn at brukskonto med lønnsinngang og nettbank er tilknyttede tjenester – såkalte dagligbanktjenester – og regner disse som ett produkt.

Antall produkter i pakkene fordeler seg som følger:



## 3.1 Pakker med to obligatoriske produkter

Blant pakkene med to obligatoriske produkter, er det krav om brukskonto med lønnsinngang koblet til boliglån til en markedsført rente som er aller vanligst, og beskriver 89 prosent av forekomstene.

### Forbrukerrådets vurderinger:

Den årlige prisen på en brukskonto med lønnsinngang og betalingstjenester, er blant annet avhengig av den enkeltes bruksmønster for betalingstransaksjoner og gebyrene som må betales for betalingstjenestene. Beregning av samlet årlig kostnad for dagligbanktjenester på Finansportalen.no forutsetter at brukeren oppgir eller bekrefter verdier for minst fem input-variabler, blant annet årspris, antall uttak i minibank, uttak i butikk, varekjøp og sms-varslinger. For å beregne pris per år, må også stykkprisen for de ulike transaksjonene være kjent, slik at antall faktorer som kreves for å beregne de årlige kostnadene blir minst 10. På finansportalen.no legges stykkprisene mv inn av bankene. Uten en digital sammenlikningstjeneste som finansportalen.no, må brukeren selv innhente dem. De samlede utgiftene til gebyrer må korrigeres for renteinntektene av inntøende på lønnskontoen.

For å beregne den årlige prisen for hele pakken må også de årlige boliglånskostnadene legges til. Disse må beregnes på grunnlag av lånevolum, nominell rente, termingebyrer, kapitaliseringsperiode og nedbetalingstid, dvs minst 5 relevante variabler med tilhørende verdier, dvs 10 faktorer.

Å beregne prisen på disse pakkene, slik at de kan sammenliknes med andre tilbud i markedet er svært krevende for en forbruker.

Kartleggingen viser også at det forekommer pakker i form av totalkundeprogram hvor kun lønnsinngang og boliglån er obligatoriske, men kobles til flere andre valgfrie tjenester. Dette gjelder eksempelvis:

## DNB Sagas kundeprogram

Vilkårene om lønnsinnteg i DNB og minimumsinntekt 1 mill. kroner eller husstandsinnkomst 1,5 mill. kroner kan erstattes med lønnsinnteg og plasserbar formue over 2 mill. kroner i DNB. Under disse forutsetningene tilbys boliglån, billån og forbrukslån til gunstige rentebetingelser, samt forsikringer med egne rabatter. Prisen for kundeprogrammet oppgis å være prisen på betalingskortet (SAGA-kortet), og er av mindre økonomisk betydning – per 2. oktober 2024 utgjorde den 295 kroner i året.

Hvilke plasseringer i DNB som forutsettes gjort med den forutsatte formuen på 2 mill. kroner er ikke spesifisert nærmere, men vi antar at alternativene vil fremkomme som råd til den enkelte kunde i samtale med en autorisert finansrådgiver. Det opplyses ikke om prisen på boliglånet som inngår i pakken.

**SAGA Boliglån**

**Gunstige betingelser på boliglån**

Du får rådgivning og finansiering ved kjøp av bolig og investeringsobjekter i inn- og utland. Vi vurderer alltid hver lånesøknad individuelt. Hvilken pris du får baseres blant annet på betjeningsevne, sikkerhet og risiko.

- ✓ Ekstra gunstige betingelser for deg som SAGA-kunde
- ✓ Lån fra 10.000 til 300.000 kroner
- ✓ Fleksibel kreditttramme

**Tilgang på investeringsrådgivning**

**Få en personlig investeringsplan**

Som SAGA-kunde har du tilgang på våre autoriserte finansrådgivere. Rådgiverne kan gi deg råd om investeringer skreddersydd ditt liv og dine planer.

**Forsikringsrabatter**

**Flere forsikringer gir høyere rabatt**

Det skal lønne seg å samle forsikringene hos oss! Derfor gir vi inntil 15 % samlerabatt på skadeforsikringer, og ekstra 5 % til deg som har et kundeprogram i DNB.

**Hva er fordelene med SAGA?**

Med SAGA-kundeprogram blir du med i et eksklusivt kundeprogram med fordeler som består av:

- Ekstra gunstige betingelser på boliglån, billån og forbrukslån
- Egen kontaktperson i banken
- Tilgang på juridisk rådgivning
- Prioritet i kø på telefon og chat
- Fordeler og rabatter hos kjente aktører

Priseksempel SAGA Forbrukslån: Nominell rente 10,9 %, effektiv rente 11,7 %, kroner 100 000 over 5 år, etableringsgebyr 500 kroner. Kostnad 30 806 kroner. Totalt 130 806 kroner.

**Søk SAGA Forbrukslån**

Skjermbilder fra 2. oktober 2024

### Forbrukerrådets vurderinger:

Det vil innebære betydelige problemer for en forbruker å få innsikt i den samlede pris og risiko for denne pakken, og å sammenlikne den med relevante alternativer i markedet. Spesielt skyldes det to faktorer:

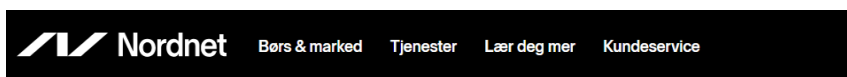
- Opplysninger om pris og øvrig innhold i pakkens elementer er delvis fraværende, og det kan se ut som om disse først kan bli kjent etter samtaler med en bankansatt.
- Det er ikke spesifisert hvilke koblinger som inngår i pakken, med tilhørende pris og risiko. Antall mulige kombinasjoner av produkter i pakken er betydelig, og det blir svært krevende å identifisere hvilke tilsvarende pakker i markedet det kan være relevant å sammenlikne pris og risiko i denne

pakken med. Utover vilkårene om lønnsinnteg og plasserbar formue, er ikke koblingene klarlagt, herunder til hvilken rente boliglånet tilbys, og hvilke plasseringer som er aktuelle for kapitalen som kreves. Forbrukeren stilles overfor en meny av mange mulige og til dels ikke opplyste koblinger av stor økonomisk betydning.

- En mulig kobling innenfor pakken kan være et lån til flytende rente koblet til en finansiell plassering i aksjemarkedet. Dersom denne koblingen velges, er utfallet at forbrukeren utsettes for et uoversiktlig risikobilde, bestående av både kreditt- og markedsrisiko. Kostnadene ved en slik pakke kan ikke beregnes før elementene er nærmere kjent og avtalt med banken.

## Nordnets pakke

Et annet eksempel på unntak fra hovedregelen om at brukskonto med lønnsinntang (dagligbank kobles til boliglån), er Nordnets pakke, som består av lån til flytende rente koblet til finansielle plasseringer. Lånet omtales som boliglån i markedsføringen, men av den øvrige informasjonen som gis, synes det å fremgå at det er den samlede kapitalen kunden har investert hos foretaket som stilles som sikkerhet for lånet.



### Slik er Nordnets boliglån.

Vi mener det skal lønne seg å spare og investere smart. Som Private Banking-kunde har du tilgang til gode betingelser og vårt boliglån.

Den samlede sparekapitalen du som kunde har hos oss vil stilles som sikkerhet for boliglånet, og dette er grunnen til at renten blir lavere. Desto mer sikkerhet vi har, jo mindre risiko har vi og det styrer de ulike rentenivåene vi kan tilby deg som kunde.

Vårt boliglån tilbys til Private Banking- kunder med inntil 60 % belåningsgrad. Vi tilbyr kun flytting av et eksisterende boliglån eller opplåning på bolig. Vi tilbyr ikke finansieringsbevis.

- ✓ Kun for Private Banking
- ✓ Inntil 60 % belåningsgrad
- ✓ Minste lån fra 1 million kroner

### Høyere sikkerhet, gir lavere rente.

Sikkerhet i pantsatte midler	Nominell rente	Effektiv rente
0 – 2,5 millioner	6,74 %	6,96 %
2,5 – 5,0 millioner	5,74 %	5,90 %
5,0 – 10,0 millioner	5,49 %	5,64 %
Over 10 millioner	5,14 %	5,27 %

Skjermbilder fra 2. oktober 2024

### Forbrukerrådets vurderinger:

Med denne pakken stimuleres forbrukeren til å ha gjeld for å investere tilstrekkelig kapital i verdipapirer, slik at lavest mulig flytende lånerente kan oppnås. Betaling av avdrag på gjelden ser ut til å medføre trinnvis høyere rentekostnader. Det er vanskelig å se at en slik kobling medfører tryggest mulige finansielle produkter for en vanlig forbruker.

I tillegg er det på aktivasiden (de finansielle eiendelene) svært mange mulige koblinger av hva gjelden skal medgå til å investere i. Disse består av både [enkeltaksjer](#), [fondsandeler](#) og kategorien «Andre tradingprodukter», bestående av blant annet [opsjoner og futures](#). Å identifisere relevant sammenlikningsgrunnlag vil være svært krevende for en forbruker, og risikobildet ved pakken er svært uoversiktlig.

## 3.2 Pakker med flere enn to obligatoriske produkter

I kartleggingen har vi blant annet funnet følgende eksempler på pakker med flere enn to obligatoriske produkter:

### Sparebank 1 Helgeland – Boliglån + BSU + Lønnsinngang

I pakken stilles det som vilkår for å få boliglån for unge til en markedsført rente at kunden har lønnskonto og sparing i BSU.

Boliglån for unge ^

**Lån med pant i bolig**

innenfor 85% av panteverdi\*\* Fra 5.64 % (eff. 5,86 %)

Lån 2 mill. o/25 år, rente 5,64%, et.gebyr kr. 3.000, mnd.gebyr kr. 65, eff. rente: 5,86%. Kost: 1.756.508, tot 3.756.508. Gjelder Boliglån Ung

\*\* Forutsetter BSU-sparing og totalkundeforhold.

Prisene forutsetter at låntaker(e) har lønnsinngang og bruker banken i det daglige.

Skjerm bilde fra 2. oktober 2024

#### Forbrukerrådets vurderinger:

Denne pakken forutsetter innskudd i form av lønnsinngang og BSU-sparing for å få boliglån til en markedsført rente. For å kunne vurdere prisen på pakken, må forbrukeren beregne rentene av boliglånet, og korrigere dem for innskuddsrentene på BSU. I tillegg må verdien av samlede gebyrer for betalingstransaksjoner beregnes. Den samlede summen må sammenliknes med kostnadene ved en tilsvarende kombinasjon av produkter i en annen bank eller flere. Dette vil være svært krevende for en vanlig forbruker.

## Sparebank 1 Ringerike Hadeland – Privat ekstra

Fordelsprogrammet «Privat ekstra» krever lønnsinntegning og aktivitetskapital (kombinasjon av lån + innskudd) på minimum kr 250.000 for å få de ulike fordelene.

### Enklere bankhverdag og mange fordeler

Du har gebyrfrie varekjøp i Norge og utlandet med vårt SpareBank 1 Visa-kort. Det er også gebyrfrie uttak i SpareBank 1-minibaker hele døgnet. Med Nettbank, Mobilbank og Telefonbank har du gebyrfri regningsbetaling.

For å bli Privat Ekstra kunde forutsettes det kredittvurdering, i tillegg til:

- Lønnskonto med lønnsinntegning
- Visakort
- Mobilbank / Nettbank
- Aktivitetskapital (lån + innskudd) på min. kr 250.000,-
- Kredittkort



Skjerm bilde fra 2. oktober 2024

### Merknader:

Denne pakken forutsetter innskudd i form av lønnsinntegning og lån eller innskudd for å få gebyrfrie betalingstransaksjoner. Det er uklart nøyaktig hva kriteriet om aktivitetskapital (lån + innskudd) på minst kr 250.000 innebærer, men en kunde med pantegjeld eller usikret gjeld på minimumsbeløpet ser ut til å kunne kvalifisere. For å kunne vurdere prisen på pakken, må forbrukeren beregne verdien av de gebyrfrie betalingstransaksjonene, sammenholde dem med innskuddsrenten på brukerkontoen og renten på eventuelle innskudd og/eller gjeld som inngår i aktivitetskapitalen, samt rentebetingelsene for kredittkortet. Dette vil være svært krevende for en vanlig forbruker.

## Ørskog Sparebank – Totalkunde (min 6 produkter)

Ørskog Sparebank tilbyr fordelsprogrammet «Totalkunde», med tilbud til kunder som har lønnskonto og minst 5 av 7 produkter hos banken.<sup>1</sup> Følgende detaljer fremkommer:

### KUNDEPROGRAMMET TOTALKUNDE GIR DEG FORDELER SOM:

- Fri bruk av nettbank/mobilbank
- Gratis app til nettbrett og mobil
- Kostnadsfri avtalegiro og eFaktura
- Fri bruk av VISA-kort i butikktterminaler i Norge
- Gunstig boliglånsrente
- Din egen personlige rådgiver.

#### Merknad:

Denne pakken forutsetter at forbrukeren gjør innskudd i banken, tar opp gjeld eller kjøper skade- og/eller personforsikringer for å kunne motta dagligbanktjenester, som nettbank, brukskonto og betalingstjenester, til gitte priser.

For å kunne vurdere pakken opp mot alternative tilbud i markedet, må volum og renter/priser på lånene og de øvrige fem alternative koblede produktene være kjent, beregnes og sees i sammenheng med fordelene av de gebyrfrie betalingstransaksjonene og innskuddsrentene på brukskontoen. Dermed må den samlede prisen på pakken sammenliknes med alternativene i markedet, for å kunne vurdere om den er gunstig. Dette er svært krevende for forbrukeren.



### TOTALKUNDE



#### KUNDEPROGRAMMET TOTALKUNDE GIR DEG FORDELER SOM:

- Fri bruk av nettbank/mobilbank
- Gratis app til nettbrett og mobil
- Kostnadsfri avtalegiro og eFaktura
- Fri bruk av VISA-kort i butikktterminaler i Norge
- Gunstig boliglånsrente
- Din egen personlige rådgiver

#### FORUTSETNINGER FOR TOTALKUNDE:

Du må ha konto med lønnsinntekt og VISA-kort, samt 5 av 8 følgende produkter\*:

- Nettbank
- Lån (bolig, bil mm.)
- Skadeforsikring
- Personforsikring
- Kreditkort
- Fond
- Fast spareavtale (min 500 kr per mnd)
- Sparekonto med min 50.000 kr innskudd

\*) For våre kunder over 67 år gjelder 3 av 8 produkter.

## 3.3 Oppsummering

Vår kartlegging viser at det er en utbredt praksis i det norske forbrukermarkedet for finansielle tjenester å tilby pakker og kundeprogrammer som gjør det svært krevende for forbrukere å sammenlikne produkter og leverandører og gjøre informerte valg.

Koblingene går på kryss og tvers i produktspekteret, og kan omfatte fondsinvesteringer, forsikringer i tillegg til bankprodukter som innskudd og gjeld. De aller fleste kobler gjeld med andre finansielle produkter, men ikke alle kobler boliglån med dagligbanktjenester. Ut fra informasjonen om produktpakkene og bankenes øvrige tilbud i forbrukermarkedet kan det derfor slås fast at det ikke foreligger noen nødvendig tilknytning mellom de ulike produktene som inngår i kartleggingen, slik at samtlige kan tilbys som selvstendige produkter.

# 4

## HVORFOR TILBYS PRODUKTPAKKER?

Bransjens insentiver

Koblingssalg er en velkjent forretningsstrategi med lange tradisjoner, og er kjent for å gi næringsdrivende gevinster, blant annet gjennom økt salg til lave markedsførings- og distribusjonskostnader. I gjennomgangen av økonomisk teori i punkt 6 nedenfor viser vi også at *Koblinger av finansielle tjenester er noe bedrifter gjør av hensyn til egen inntjening.*<sup>2</sup>

En brukskonto med lønnsinngang tilfører en bank regelmessige månedlige innskudd fra kundene, i form av lønn eller trygd. Lave innskuddsrenter til kunden på slike konti innebærer billige innlån for den enkelte bank. Det er derfor gunstig for en bank å ha så mange slike kundeforhold som mulig. Mobiliteten i markedet for dagligbanktjenester er dessuten lav.

Andre finansielle tjenester, som andre typer bankinnskudd, boliglån og forsikringer, er mer konkurranseutsatt enn dagligbanktjenester, jf. at kundemobiliteten er høyere. For å oppnå en mest mulig stabil kundemasse kan det derfor svare seg å koble de mer konkurranseutsatte tjenestene med dagligbanktjenester. Forbrukerrådets årlige bytteundersøkelser ser ut til å bekrefte at dette skjer i praksis, ved at produktpakker i utgangspunktet gir innlåsingeffekter, og at denne effekten i særdeleshet oppstår med koblingen mellom dagligbanktjenester og boliglån.

Det er vanlig at leverandører kopierer lønnsom praksis hos sine konkurrenter. Dermed skjer det en «smitteeffekt», og tilbud som er særlig lønnsomme for leverandørene øker i omfang. Når så mange som 72 av de 88 pakkene som er kartlagt i Forbrukerrådets undersøkelse består av dagligbank koblet med boliglån, tyder det på at koblingen er lønnsom for leverandørene. Utvikling av slike pakker har derfor spredd seg som ledd i mange leverandørers produktutvikling for forbrukermarkedet.

<sup>2</sup> Strøm, S., Hernæs, Ø. og Vennemo, H. «Produktpakker og utlån i finansmarkedet.» 29.03.2016. [https://www.vista-analyse.no/site/assets/files/5596/va-rapport\\_2016-18\\_produktpakker\\_og\\_utla\\_n\\_i\\_finansmarkedet.pdf](https://www.vista-analyse.no/site/assets/files/5596/va-rapport_2016-18_produktpakker_og_utla_n_i_finansmarkedet.pdf)

# 5

## ØKONOMISK LITTERATUR OM PRODUKTPAKKER

I økonomisk teori er det en forutsetning for et marked i likevekt ([fullkommen konkurranse](#)) at konsumentene har full informasjon om pris og kvalitet ved sine alternative valg, og like god informasjon som produsentene. Denne forutsetningen er forenelig med forbrukernes rett til informasjon som setter dem i stand til å gjøre informerte valg og til å kunne bytte leverandør, jf. kapittel 7 nedenfor om forbrukernes rettigheter. I en situasjon med asymmetrisk informasjon, derimot, har forskjellige aktører kjennskap til forskjellig informasjon når de skal fatte beslutninger. Situasjoner med asymmetrisk informasjon betraktes, i likhet med situasjoner med monopol, kartell m.m, som en form for markedsimperfeksjon, som medfører ufullkommen konkurranse.

I 2016 utarbeidet det samfunnsfaglige analyseselskapet Vista Analyse rapporten [Produktpakker og utlån i Finansmarkedet](#)<sup>3</sup> på oppdrag for Forbrukerrådet. Rapporten inneholdt en analyse av konsekvenser av koblinger av finansielle tjenester i Norge basert på teoretiske bidrag og empiri fra blant annet Norge og EU. Rammen for prosjektet var relativt knapp, og det presiseres i rapporten at utredningen ikke er en uttømmende diskusjon av problemstillingen.

## 5.1 Økonomisk teori og produktkobling

Vista Analyse presiserer at analysene i den teoretiske litteraturen om produktpakker og koblinger av produkter i liten grad er knyttet til forhold i finansmarkedet. Rapporten innledes likevel med en nyttig gjennomgang av generell økonomisk teori om produktkoblinger, og en drøfting av deres konsekvenser slik det stort sett er fremstilt i litteraturen. Teorien tar ikke for seg produkter med høy kompleksitet eller andre egenskaper som kjennetegner finansielle tjenester, og adresserer heller ikke finansielle produkter spesielt.

Oppsummert tilsier teorien at hovedregelen er at produsenter kaprer konsumentoverskudd gjennom produktkoblinger. I tilfeller med aggressiv priskonkurranse kan det tenkes at også forbrukere kan ha fordeler av produktkoblinger. Videre tilsier teorien at produsenter, men ikke forbrukere, vil tape på at produktkobling forbys etter å ha vært tillatt.

Den generelle teorien nevnt ovenfor oppsummeres som følger i [Vista Analyses rapport «Produktpakker og utlån i finansmarkedet»](#). →

<sup>3</sup> Strøm, S., Hernæs, Ø. og Vennemo, H. «Produktpakker og utlån i finansmarkedet.» 29.03.2016. [https://www.vista-nalyse.no/site/assets/files/5596/va-rapport\\_2016-18\\_produktpakker\\_og\\_utla\\_n\\_i\\_finansmarkedet.pdf](https://www.vista-nalyse.no/site/assets/files/5596/va-rapport_2016-18_produktpakker_og_utla_n_i_finansmarkedet.pdf)

## 2. Økonomisk teori og produktkobling

### 2.1 Produktkobling i tilfellet med én dominerende bedrift

Vi ser på følgende eksempel:

- Anta to forbrukere som kan forbruke en enhet av to goder, A og B
- Forbruker nr 1 har en høy betalingsvillighet (=H) for gode A og en lav betalingsvillighet (=L) for gode B
- Forbruker nr 2 har en lav betalingsvillighet (=L) for gode A og en høy betalingsvillighet (=H) for gode B
- $H > L$

Vi ser bort fra bedriftens produksjonskostnader; bedriftens profitt er dermed lik de priser den kan oppnå ved å selge en enhet av de to produktene til de to forbrukerne.

#### Tilfelle 1. Ingen produktkobling

Høy pris tilfellet: Bedriften vil selge en enhet av gode A til en høy pris H til forbruker nr 1 og en enhet av gode B til en høy pris H til forbruker nr 2. Bedriftens profitt er  $2H$

Lav pris tilfellet: Bedriften vil selge en enhet av begge godene til en lav pris L til forbruker nr 1 og det samme til forbruker nr 2. Det betyr at profitten er  $4L$

Hva er mest lønnsomt for bedriften? Hvis  $H > 2L$ , så velger bedriften høy pris tilfellet. Hvis dette ikke er tilfelle, velger bedriften lav pris tilfellet.

Vi ser at i høy pris tilfellet er prisen på gode B for høy til at forbruker nr 1 kjøper dette godet og for forbruker nr 2 er prisen på gode A for høy. Gitt de kjøpene som gjøres, er konsumentoverskuddet lik null.

I lavpristilfellet får forbruker nr 1 gode A til en lav pris L og sitter igjen med et konsumentoverskudd på  $H-L$ , mens forbruker nr 2 får gode B til en lav pris og sitter igjen med et konsumentoverskudd på  $H-L$ . Det samlede konsumentoverskuddet for de to forbrukerne er da en gevinst på  $2(H-L) > 0$ .

Det samfunnsøkonomiske overskuddet er summen av konsument- og produsentoverskudd. Det siste er bedriftens profitt. Vi ser da at i høy pris tilfellet er det samfunnsøkonomiske overskuddet lik produsentoverskuddet, dvs  $2H$ .

I lav pris tilfellet er det samfunnsøkonomiske overskuddet  $2(H-L) + 4L = 2(H+L) > 2H > 0$

Det samfunnsøkonomiske overskuddet er dermed størst når bedriften selger begge godene til en lav pris. Dette er også det mest fordelaktige for forbrukerne, men nødvendigvis ikke for bedriften. Dersom den høye

betalingsvilligheten er tilstrekkelig høy i forhold til den lave betalingsvilligheten,  $H > 2L$ , vil bedriften selge til den høye prisen.

### Tilfelle 2. Produktkobling

Anta at bedriften selger de to produktene i en pakke. Da betaler hver av de to forbrukerne ( $H+L$ ) for pakken. Dette er de villige til. Begge forbrukerne har en samlet betalingsvillighet for de to pakkene lik  $H+L$ .

Bedriften får da en profitt  $2(H+L)$ . Denne profitten er større enn profitten både i høy pris tilfellet ovenfor ( $2H+2L > 2H$ ) og lav pris tilfellet ( $2H+2L > 4L$ , siden  $H > L$ ). Bedriften har dermed et insentiv til å selge produktene i en pakke.

Fordi prisene er satt slik at bedriften kaprer alt konsumentoverskudd, er konsumentoverskuddet lik 0. Det samfunnsøkonomiske overskuddet er lik profitten som er lik det samfunnsøkonomiske overskuddet i tilfellet over da bedriften solgte hvert av produktene til en lav pris.

Et relevant spørsmål er hva konsekvensene blir dersom produktkobling forbys. Dersom  $H < 2L$  vil det samfunnsøkonomiske overskuddet ikke bli påvirket, men produsentoverskuddet går ned mens konsumentoverskuddet går opp tilsvarende. Dersom  $H > 2L$  vil konsumentoverskuddet bli upåvirket (0 i begge tilfeller) mens produsentoverskuddet går ned som følge av forbudet.

*Mer generelt gjelder da følgende: Hvis en dominerende bedrift står overfor forbrukere som har en forskjellig og negativ korrelert betalingsvillighet for produkter som bedriften selger, kan det lønne seg for bedriften å selge produktene i en pakke. Bedriften kan dermed kapre hele konsumentoverskuddet til forbrukerne. Disse vil tape på denne koblingen i forhold til om begge produktene var solgt til en lav pris. Et forbud mot produktkobling vil selgerne tape på, og kjøperne vil ikke tape.*

Ordet *kan* er viktig i setningen over. Adams og Yellen (1976) viste at hvis en dominerende bedrift har muligheter til å selge et koblet produkt til noen forbrukere og hvert produkt for seg til andre forbrukere, kan dette være en lønnsom strategi for bedriften. Dette kan gjelde selv om betalingsvilligheten er negativt korrelert blant forbrukerne. Følgende talleksempel kan vise dette:

Anta tre forbrukere av to goder A og B.

Forbruker 1 har en betalingsvillighet lik  $H$  for gode A, men null betalingsvillighet for gode B. Forbruker 1 vil altså aldri være villig til å kjøpe produkt B hvis det blir solgt alene.

Forbruker 2 har en betalingsvillighet lik  $0.75H$  for gode A og  $0.75H$  for gode B

Forbruker 3 har null betalingsvillighet for gode A og betalingsvillighet  $H$  for gode B. Forbruker 3 vil altså aldri være villig til å kjøpe produkt A hvis det blir solgt alene.

Hvis produktene *ikke* kobles for noen forbrukere, kan bedriften enten selge produkt A til forbruker 1, produkt B til forbruker 3 og begge produktene til forbruker 2, til en pris lik  $0.75 H$ . Den samlede profitten blir da  $4 \times 0,75H = 3H$ .

Eller det kan selge produkt A til forbruker 1 for prisen  $H$  og produkt B til forbruker 3 for prisen  $H$ . Profitten blir da  $2H$ .

Dersom produktene ikke kobles, er bedriften derfor mest tjent med å selge produktene til den lave prisen  $0.75 H$ . Det samlede konsumentoverskuddet er i dette tilfellet  $0.5 H$  ( $0,25$  til forbruker nr 1 og  $0,25$  til forbruker nr 2) og det samfunnsøkonomiske overskuddet er lik  $3,5 H$ .

Hvis de to produktene selges i en pakke, kan bedriften velge å selge pakken til  $H$ . Da vil forbruker 1 kjøpe den og få produkt A (men også produkt B som han ikke er interessert i). Forbruker 3 vil kjøpe pakken og får produkt B (men også produkt A som han ikke er interessert i). Forbruker 2 kjøper pakken ( $2 \times 0,75H = 1,5 H > H$ ) og får begge produktene som han er interessert i. Han får et konsumentoverskudd på  $2 \times 0.75H - H = 0.5 H$ . Dette er i dette tilfellet det samlede konsumentoverskuddet.

Profitten til bedriften er  $3H$ . Det samfunnsøkonomiske overskuddet er lik  $3,5 H$ . Alternativt kan bedriften selge pakken til  $1,5H$ , men da vil bare forbruker 2 kjøpe pakken og det gir mindre profitt til bedriften.

Det som imidlertid lønner seg mest for bedriften er å selge produkt A til forbruker 1 til prisen  $H$ , produkt B til forbruker 3 til prisen  $H$  og en pakke med begge produktene til forbruker 2 til prisen  $1,5 H$ . Bedriftens profitt blir dermed  $3,5 H$  som i dette tilfellet også er lik det samfunnsøkonomiske overskuddet. Hele konsumentoverskuddet er kapret av bedriften.

*Mer generelt gjelder følgende: Dersom en bedrift kan selge produktpakker til noen forbrukere og enkeltprodukter til andre, kan bedriften kapre alt konsumentoverskudd i markedet. Dette vil følgelig være den mest lønnsomme strategien for en dominerende bedrift. Det kan imidlertid være tilfeller hvor dette ikke alltid vil gjelde.*

## 2.2 Produktkoblinger og virkninger på konkurransen

Produktkobling reiser spørsmålet om slike koblinger kan lede til innskrenket konkurranse. Denne problemstillingen har vært mye drøftet i litteraturen, også i det siste; se Nalebuff (2005), Tirole (2005) og Whinston (1990).

Anta et selskap som er eneste tilbyder av et produkt som er relativt kostbart å lage og dermed dyrt for kjøperne. Produktet kan kobles til et mye billigere produkt og som kan selges av mange. Eneselgeren av det dyre produktet kan da tilby en pakke som innebærer at prisen for det billige produktet akkurat er lavere enn produksjonskostnaden. Dermed utestenges produsentene av det

billigste produktet fra markedet. Riktignok vil selskapet som er eneselger av det dyre produktet, ikke få noe profitt utover hva det kunne ha oppnådd bare ved å selge det dyre produktet. Men hvis det er etableringskostnader og/eller kundelojaliteter knyttet til produktene, kan utestengelsen av konkurrenter av billigproduktet gi større gevinster over tid.

En slik utestengelse kan også gjøre det vanskelig for bedrifter å etablere seg i markedet for det dyre produktet. En måte å starte en slik etableringsprosess på kan være først å etablere seg i markedet for det billige produktet, for deretter å starte salg også av det dyre produktet. Men hvis en dominerende, etablert bedrift, som selger et koblet produkt til en pris som gjør det ulønnsomt for andre å selge det billige produktet, så kan det skje en utestengelse i begge markedene.

En slik prisstrategi med sikte på å holde konkurrenter ute, enten den fører til at det er en eller noen få flere bedrifter i markedet, kan gi lavere priser på produktene i en pakke i forhold til om de hadde blitt solgt hver for seg i et fritt marked. Dette er til fordel for forbrukerne.

*Mer generelt er konklusjonen at kobling av produkter er noe bedrifter gjør enten for å kapre mer av konsumentoverskuddet i et marked eller også for å holde konkurrenter unna. Dette er noe bedrifter tjener på. Det kan tenkes tilfeller hvor også forbrukere kan komme bedre ut som følge av aggressiv priskonkurranse som skal holde konkurrenter unna.*

Litteraturen det henvises til ovenfor er:

- Adams, W. and J.L. Yellen (1976): "Commodity Bundling and the Burden of Monopoly", *Quarterly Journal of Economics*, 475-498
- Shy, O. (1995): "Industrial Organization." The MIT Press
- Tirole, J. (1988): "The Theory of Industrial Organization." The MIT Press.
- Tirole, J. (2005): "The Analysis of Tying Cases: A Primer", *Competition Policy International*, Vol 1, No 1, 1-25.
- Whinston, M.D (1990): "Tying, foreclosure and exclusion", *American Economic Review*, Vol 80, 837-859
- Hjelmeng, E. og L. Sørgård (2013): «Produktkobling i konkurranseretten.» *Europarettslig Tidsskrift*, 223-248

## 5.2 Vurderinger og funn med relevans for finansmarkedet v/Strøm, Hernes og Vennemo

Utdrag av Vista Analyses vurderinger og funn med relevans for finansmarkedet er gjengitt nedenfor.

### Prisen på utlån er vanskelig å anslå, særlig som del av produktpakker

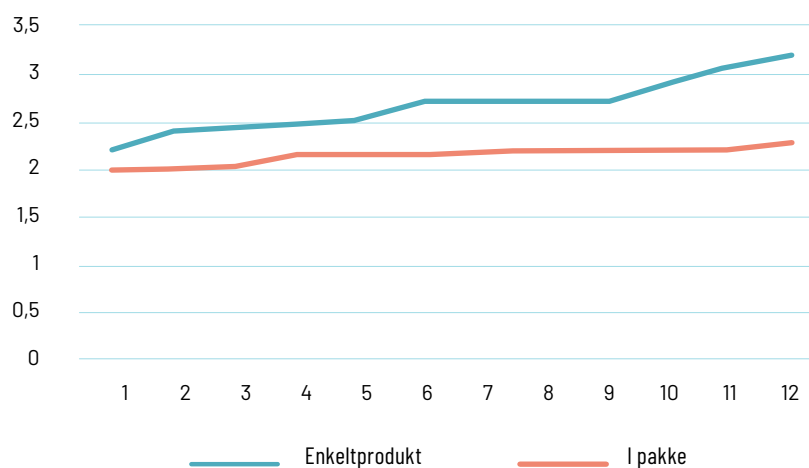
Et moderne finanskonsern tilbyr en rekke tjenester, som brukskonto, sparekonto, bankkort, forsikringsprodukter og fondsprodukter. osv. I tillegg gis det ulike lånetilbud som avhenger av blant annet belåningsgrad, type låneobjekt (også innad i boligmarkedet), alder på låntager, område i landet, osv. Det gis lån med flytende rente, og fast rente i en kortere eller lengre periode. Det er også mulig å få lån i utenlandsk valuta og til tilnærmet utenlandske rentevilkår. Man kan få avdragsfrie lån, annuitetslån, rammelån osv. For de aller fleste av disse låneproduktene endres rentebetingelsene hele tiden (...) Det er ikke å vente at kundene i bankmarkedet har full informasjon om priser og betingelser (...)

Den reelle prisen for produktpakker kan være svært vanskelig å få grep på. En pakke kan for eksempel bestå av et bankkort med et visst antall gratis uttak per måned, og en pris over dette, pluss en årsavgift på kortet, pluss en pris for SMS-varsling av endringer på konto, pluss et banklån med en viss rente, og kanskje krav om en forsikringstjeneste. Dersom man ikke har spesielt behov for tilleggene er det naturlig å regne prisen for tilleggene inn i lånet, men hva de betyr i form av ekstra rente er i praksis umulig å finne ut. Siden innholdet i produktpakkene varierer fra bank til bank, er det heller ikke mulig å sammenlikne på tvers.

## Utlån i produktpakker er billigere enn andre utlån

Det norske bankmarkedet er preget av såkalt «mixed tying». Det vil si at det er mulig å skaffe seg lån uten kobling til andre produkter. Det er mulig hvis man sammenlikner mellom banker, og i noen grad er det mulig innenfor rammen av en og samme bank (...). Hvis vi ser bort fra de andre kravene i produktpakker og sammenlikner renten på utlån i produktpakker med renten på lån som står alene, er den tydelige konklusjonen at utlån i produktpakker har lavest rente. (NB: Vista analyses tall er fra 2016, red. anm.)

### Utlån i produktpakker har betydelig lavere rente.



Note: Lån på 2 000 000, boligverdi 3 000 000, 20 års nedbetaling, marked hele landet, låntager 35 år.

Kilde: Vista Analyse

## Asymmetrisk informasjon: Bankene har bedre oversikt enn kundene

Vi har vært inne på at prisen på banklån er vanskelig å anslå for kundene, og det gjelder særlig banklån som selges i produktpakker sammen med andre finansprodukter. Produkter i finansmarkedet, der to av de viktigste er boliglån og forsikringer, er ofte kompliserte å forstå og vanskelige å anslå verdien av for kunder. I tillegg til lånets nominelle betingelser vil verdien av lånet for den enkelte avhenge av utviklingen i renten, boligmarkedet, og egen jobbsituasjon. Forsikringer kan ha innviklede regler for hva de dekker, og faren for og konsekvensene ved ulykker og annet en kjøper forsikring mot er lite konkrete for den enkelte kunde. Leverandørene av finansprodukter derimot, har en bedre posisjon til å ha oversikt over slike forhold, siden deres spesialitet faktisk er produktene, og de har mulighet til å trekke ut informasjon fra sine kunders samlede disposisjoner. Finansmarkedet for vanlige forbrukere er derfor preget av asymmetrisk informasjon – leverandører har mer informasjon om produktene og prisene på dem enn kundene

## 5.3 Produktpakker i finanssektoren i EU

Vista Analyse viser også til en studie fra 2009 av kobling av finansielle tjenester i EU27.<sup>4</sup>

I denne rapporten er det redegjort for en omfattende analyse av produktkoblinger i markedet for finansielle tjenester i EU27. Den består både av teoretiske diskusjoner og en empirisk del, som er dels basert på intervjudata og dels på offisielle mikrodata. Den omfatter et stort antall finansbedrifter i alle EU-land og fordeler seg med banker (44 prosent), forsikringsselskaper (41 prosent) og investeringselskaper (15 prosent). Kobling av finansprodukter er svært utbredt i EU, mest vanlig er det å knytte sammen brukskonto (lønnkonto) med boliglån og forbrukslån. Koblinger med andre produkter som forsikringer og sparekonto er også utbredt.

I den omfattende studien, er konklusjonen at i en lang rekke land gir produktpakkene et «unfair» resultat for kundene, og at kunder taper på at finansielle tjenester selges i pakker. Gjennom simuleringer viser den også at dersom kundene la vekt på pris og handlet rasjonelt ville et stort antall (flere millioner) bytte leverandør. Vista Analyse understreker at det er all grunn til å vente at disse resultatene har relevans for det norske markedet.

---

<sup>4</sup> Renda, A. (coordinator) et al. (2009): "Tying and Other Potentially Unfair Commercial Practices in the Retail Financial Service Sector." « CEPS Studies.

# 6

## FORBRUKERNE RETTIGHETER

FNs generalforsamling har vedtatt forbrukernes rettigheter i resolusjon 70/186 av 22 desember 2015<sup>5</sup>. Vedtaket omfatter blant annet noen grunnleggende prinsipper, hvorav de første ble vedtatt allerede i 1985. De første fem prinsippene (av til sammen elleve) er:

**(a) Forbrukere får tilgang til viktige varer og tjenester**

Forbrukerne skal ha tilgang til essensielle produkter (varer og tjenester). Tilgangen kan sikres i et forbrukermarked, eventuelt gjennom at det finnes et offentlig forsyningsansvar.

**(b) Beskyttelse av sårbare og vanskeligstilte forbrukere**

Denne rettigheten angir rammer som konkurransen skal virke innenfor. I velfungerende markeder skal ikke aktører utnytte sårbare og vanskeligstilte forbrukere. FNs retningslinjer omfatter blant annet beskyttelse av forbrukere som lever i fattigdom eller i rurale områder, rettferdig behandling, vern mot skadelig forretningspraksis, tilgang til klage- og tvisteløsningsmuligheter og informasjonsprogrammer gjennom massemedia

**(c) Beskyttelse av forbrukere mot fare for deres helse og sikkerhet**

Forbrukerens rett til trygge produkter er en rammebetingelse som aktørene i forbrukermarkedene forutsettes å operere innenfor.

**(d) Fremme og beskyttelse av forbrukernes økonomiske interesser**

Rettigheten innebærer at forbrukernes økonomiske interesser skal sikres, primært gjennom at det sørges for konkurranse i velfungerende markeder, men også når det er monopol, sterk markedskonsentrasjon eller andre markedsimperfeksjoner.

**(e) Tilgang for forbrukerne til tilstrekkelig informasjon til at de skal kunne ta informerte valg i henhold til individuelle ønsker og behov**

FNs retningslinjer omfatter blant annet prinsipper for god forretningsskikk, virksomheters plikt til å oppgi pris- vilkårs- og produktinformasjon som er transparent, fullstendig og presis, og ikke å gi villedende informasjon. I tillegg skal det sikres at forbrukerne forstår finansiell risiko og skaffer uavhengig informasjon fra tredjeparter når det er nødvendig.

Bakgrunnen for denne rapporten er at Forbrukerrådet er bekymret for forbrukernes rettigheter, især etterlevelsen av prinsippene d) og e). Grunnlaget for vår bekymring er tilstanden i forbrukermarkedene som er beskrevet i denne rapportens kapittel 1–5. Det er på det rene at finansforetakenes produktpakker gjør det vanskelig for forbrukere å sammenlikne tilbud og å bytte leverandør i markedet, forsterker informasjonsasymmetrien mellom leverandører og forbrukere og er til hinder for transparent, fullstendig og presis produktinformasjon om finansielle tjenester.

# 7

## DET NORSKE REGELVERKET OM FINANSIELLE PRODUKTPAKKER

Det er verdt å merke seg at produktpakker ikke vil forekomme dersom finansforetakene ikke finner det forretningsmessig lønnsomt å tilby dem. At produktpakker som hovedregel medfører produsentoverskudd og at konsumentoverskuddet kapres, er utdypet i den økonomiske litteraturen på området, jf. ovenstående kapittel 5. Disse poengene er det nyttig å ha med seg når man ser nærmere på reguleringen av produktpakker i norsk og europeisk rett.

Det nasjonale regelverket om produktpakker av finansielle tjenester omfatter i utgangspunktet forbudsbestemmelser i tre lover. Unntaksbestemmelsene er imidlertid mange, og medfører at utgangspunktet om forbud synes utvannet. Enkelte bestemmelser ser dessuten ut til å stå i et motsetningsforhold til hverandre, slik at det synes uklart hva som er tillatt og hva som er forbudt.

## 7.1 Finansavtalelovens forbud mot koblingsalg

I finansavtaleloven §5-8 slås det uttrykkelig fast at det er forbudt å koble inngåelse av kredittavtaler og salg av andre tjenester. I bestemmelsens tredje setning åpnes det likevel for at foretakene blant annet kan kreve at kunden oppretter en innskuddskonto når hen tar opp et lån. I ordlyden åpnes det imidlertid ikke for at banken skal kunne kreve at kundens lønn eller trygd regelmessig settes inn på kontoen. Bestemmelsen lyder som følger:



### § 5-8.Koblingsalg

*Det kan ikke settes som vilkår for å inngå en kredittavtale at kunden også inngår avtale om kjøp eller salg av varer eller tjenester. Slike avtlevilkår er ikke bindende for en forbruker. Det kan likevel settes som vilkår at det tegnes gjeldsforsikring eller annen forsikring som styrker kundens mulighet til å oppfylle kredittavtalen, og vilkår om inngåelse av kontoavtale i forbindelse med kredittavtalen. Kongen kan i forskrift fastsette ytterligere unntak.*

Av lovens forarbeider går det frem at forbudet kun omfatter «koblingssalg», og ikke «produktpakker» – en distinksjon som ikke gjøres i økonomisk litteratur, jf. kapittel 5 ovenfor. I forarbeidene forklares skillet som følger:



Prop. 92 LS (2019-2020) - regjeringen.no

### Til § 5-8

[LOV-2020-12-18-146-§5-8](#)

Bestemmelsen gjennomfører boliglåndirektivet artikkel 12.

(...)

Forbudet omfatter kun koblingssalg. Bestemmelsen omfatter ikke såkalte produktpakker. Forskjellen ligger i at koblingssalg er en pakke med varer og tjenester hvor de enkelte elementene ikke kan velges bort av kunden. For produktpakker er det derimot ikke en forutsetning at det inngås avtale om alle elementene i pakken. En produktpakke vil falle utenfor bestemmelsen selv om det gis rabatt eller annet økonomisk insentiv til å kjøpe hele produktpakken. Det vises til definisjonene i boliglåndirektivet artikkel 4 nr. 26 og 27.

### Forbrukerrådets vurderinger:

Her trekkes det et skille mellom koblingssalg og produktpakker, ut fra om det er leverandøren eller kunden som avgjør hvilke produkter en pakke er sammensatt av. Men som det fremgår av kapittel 5 ovenfor, er det pris og betalingsvilje for en produktpakke som avgjør fordelingen av produsent- og konsumentoverskuddet. Det er derfor forhold rundt prisdannelsen og prissettingen som har størst relevans når man skal vurdere produktpakker i et forbrukerperspektiv. Om det er leverandøren eller forbrukeren som velger hvilke elementer som inngår i en produktpakke, er i denne sammenheng av underordnet interesse.

Av ordlyden i forarbeidene gis det inntrykk av at det er vanlig at produktpakker tilbys i form av en meny av produkter, hvor forbrukeren står fritt til å velge hvilke elementer som skal inngå i pakken som avtales. Forbrukerrådets erfaring er at dette ikke er en realistisk beskrivelse. Ingen av de 88 produktpakkene i vår kartlegging er av en slik art. Som det fremgår av oversikten i kapittel 4, er det minst to obligatoriske produkter i alle pakker som var tilbudt i det norske forbrukermarkedet sommeren 2024.

Vi stiller derfor spørsmål ved relevansen og hensiktsmessigheten av å trekke et skille mellom «koblingssalg» og «produktpakker», slik det gjøres her. I denne utredningen brukes begge betegnelser når to eller flere finansielle produkter selges samlet. Dette er også i samsvar med begrepsbruken i punkt 6.1 Økonomisk teori og produktkobling ovenfor.

Av forarbeidene fremgår også følgende utdyping av bestemmelsen i andre setning: «Slike avtalevilkår er ikke bindende for en forbruker»:



Departementet foreslår at brudd på forbudet mot koblingssalg skal ha som virkning at vilkårene om koblingssalg ikke er bindende for en kunde som er forbruker. Det vil derfor ikke være behov for å vurdere om et brudd på reglene også innebærer et vesentlig mislighold som kan gi kunden grunnlag for å heve avtalen. Departementet antar at en slik regel vil gi kredittyttere tilstrekkelig insentiv til å gjennomgå sine rutiner for koblingssalg og produktpakker.

Bestemmelsen vil supplere reglene i finansforetaksforskriften § 16-1, som gjelder for finansforetak og koblingssalg av finansielle tjenester. § 5-8 gjelder for alle tjenesteytere og uavhengig av om det er en tjeneste eller vare som kobles til kredittavtalen.

#### Forbrukerrådets vurderinger:

Selv om det er presisert i finansavtaleloven at avtalevilkår om koblingssalg ikke er bindende, kan ikke en vanlig forbruker ventes å være kjent med ordlyden i loven. Hvis forbrukerne ikke skal oppleve seg bundet av produktpakker som markedsføres og avtales, er det avgjørende at de gjøres uttrykkelig kjent med dette, senest på avtaletidspunktet. Dersom bestemmelsen skal ventes å ha noen som helst effekt, må opplysningsplikt legges på leverandøren og håndheves.

Mindre sentral, men likevel verdt å nevne for oversiktens skyld, er [finansavtaleloven §4.1](#), med følgende bestemmelse i andre ledd:



(2) Når kunden er forbruker, kan det ikke settes som særskilt vilkår for avtale om betalingskonto at kunden samtidig må inngå avtale om andre ytelser. Har kunden flere betalingskontoer hos samme betalingstjenesteyter, er det tilstrekkelig at kunden gis adgang til å inngå avtale om én betalingskonto uten vilkår om å inngå avtale om andre ytelser.

## 7.2 Finansforetaksloven og finansforetaksforskriften

### Finansforetaksloven



#### § 16-7. Produktpakker mv.

Departementet kan gi forskrifter som begrenser et finansforetaks adgang til å tilby en tjeneste på betingelse av at kunden samtidig skaffer seg en annen tjeneste fra foretaket selv eller et annet finansforetak, eller til å gi en kunde gunstige vilkår på betingelser av at dette gjøres.

### Finansforetaksforskriften



#### § 16-1. Produktpakker

Et finansforetak kan ikke tilby en tjeneste på betingelse av at kunden samtidig skaffer seg en annen tjeneste, eller gi en kunde særlig gunstige vilkår på betingelse av at dette gjøres.

Bestemmelsene i første ledd gjelder ikke der det foreligger en tilknytning mellom flere tjenester slik at tilbud av en tjeneste forutsetter samtidig tilbud av en annen tjeneste.

Bestemmelsen i første ledd gjelder ikke der særlig gunstige vilkår skyldes at et samlet tilbud av flere tjenester gir kostnadsbesparelser.

Finanstilsynet avgjør i tvilstilfelle om et vilkår er i strid med bestemmelsene her.

Finanstilsynet kan i særlige tilfeller dispensere fra bestemmelsene i denne paragrafen.

#### Forbrukerrådets vurderinger:

Unntaket som er hjemlet i finansforetaksforskriften §16-1 andre ledd forutsetter at det foreligger en tilknytning mellom tjenester. Med dagens teknologi er det vanskelig å få øye på produkter i forbrukermarkedet som har en slik tilknytning at det ene produktet nødvendigvis krever et annet, jf. ovenstående pkt 4.3. Dette dokumenteres ytterligere ved at det i alle produktkategoriene som sammenliknes av Forbrukerrådet daglig på Finansportalen.no finnes enkeltstående alternativer. Eksempelvis krever ikke Statens Pensjonskasse at det inngås kontoavtale for å få innvilget boliglån, noe som skulle tilbakevise at en banks forvaltning av et boliglån forutsetter at kunden oppretter kontoavtale i samme bank.

Det fremgår heller ikke av forskriften om det er foretaket eller kunden som forutsettes å ha kostnadsbesparelser, for at vilkåret skal være oppfylt.

## 7.3 Forsikringsavtalelovens forbud mot koblingsalg



### § 1B-4.(forbud mot koblingsalg)

*Når en forsikring tilbys som tillegg til en vare eller tjeneste, kan det ikke settes som vilkår for kjøp av varen eller tjenesten at kunden tegner forsikring. Slike avtalevilkår er ikke bindende for en forbruker.*

*Første ledd gjelder ikke der forsikring tilbys som tillegg til en investeringstjeneste, betalingskonto eller boliglånsavtale i samsvar med verdipapirhandelloven § 10-10 niende ledd, finansavtaleloven § 4-1 annet ledd eller finansavtaleloven § 5-8.*

*Kongen kan i forskrift gi regler som begrenser adgangen til å gi en kunde gunstige vilkår på betingelse av at en forsikring kjøpes sammen med en annen vare eller tjeneste.*

## 7.4 Verdipapirhandelloven

Bestemmelsene i [Verdipapirhandelloven § 10-10](#), niende og tiende ledd kan se ut til å legge til rette for omfattende kobling av investeringstjenester med andre finansielle produkter, om enn implisitt. Ordlyden i følgende bestemmelser kan medføre at det reises en rekke spørsmål om grenseoppganger:



*(9) Kravene til opplysninger etter første til åttende ledd gjelder ikke når en investeringstjeneste tilbys som en del av et finansielt produkt som er underlagt informasjonskrav etter finansavtaleloven.*

*(10) Når en investeringstjeneste tilbys sammen med en annen tjeneste eller et annet produkt som en del av en pakke eller som et vilkår for den samme avtalen eller pakken, skal foretaket informere kunden om det er mulig å kjøpe de ulike tjenestene og produktene separat. Foretaket skal fremlegge en oversikt over de samlede kostnadene ved hvert enkelt produkt og tjeneste. Dersom det er sannsynlig at risikoen forbundet med en slik avtale eller pakke som tilbys til en ikke-profesjonell kunde, er forskjellig fra risikoen forbundet med tjenestene eller produktene enkeltvis, skal foretaket fremlegge en tilstrekkelig beskrivelse av de enkelte tjenestene eller produktene i avtalen eller pakken, samt hvordan samspillet endrer risikoen.*

# 8

## EUs REGELVERK

Som vist i kapittel 7, har flere norske lover som utgangspunkt at produktpakker er forbudt. Når produktpakker likevel er utbredt i Norge, ligger en viktig forklaring i at det europeiske regelverket gir finansforetakene omfattende muligheter til å selge finansielle produkter koblet sammen i produktpakker.

Følgende EU-direktiver inneholder bestemmelser som regulerer adgangen til å selge finansielle tjenester koblet i produktpakker til forbrukere:

- Forbrukerkredittdirektivet, hvor usikrede lån og pantelån opptil 100.000 Euro reguleres.<sup>6</sup> Direktivet er for tiden under implementering i det norske regelverket.
- Boliglånsdirektivet, med regulering av lån med sikkerhet i bolig, ubegrenset oppad.<sup>7</sup>

Av de to, er det Boliglånsdirektivet som gir mest omfattende muligheter for kobling, fordi låneavtalene som der reguleres er fra 100 000 Euro og oppad.

---

<sup>6</sup> <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2023/2225/oj>

<sup>7</sup> <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2014/17/oj?eliuri=eli%3Adir%3A2014%3A17%3Aoj&locale=da>

## 8.1 Gjennomgang av Boliglånsdirektivet Artikkel 12

I det følgende vil vi vurdere bestemmelsene i Boliglånsdirektivets artikkel 12 Kombinations- og pakkesalg på et forbrukerpolitisk grunnlag, det vil si i hvor stor grad de er egnet til å sikre konsumentoverskudd og ivareta forbrukernes rettigheter. Den danske versjonen av direktivet er lagt til grunn.

Artikkel 12 punkt 1 lyder som følger:



«Medlemsstatene tillader pakkesalg, men forbyder kombinationssalg».

(Likelydende bestemmelse er tatt inn i Forbrukerkredittdirektivet artikkel 14.)

For å forstå hva som er tillatt og forbudt etter denne bestemmelsen, må man til definisjonene i Artikkel 4, hvor følgende opplyses:



(26) «kombinationssalg»: tilbud om eller salg af en kreditaftale i en pakke med andre særskilte finansielle produkter eller tjenesteydelser, hvor kreditaftalen ikke stilles individuelt til rådighed for forbrugeren

(27) «pakkesalg»: tilbud om eller salg af en kreditaftale i en pakke med andre særskilte finansielle produkter eller tjenesteydelser, hvor kreditaftalen også stilles individuelt til rådighed for forbrugeren, men ikke nødvendigvis på samme betingelser eller vilkår, som når den indgår i pakken med accessoriske tjenesteydelser.

(Likelydende definisjoner er inntatt i Forbrukerkredittdirektivet.)

Det følger av bestemmelsen i punkt 1 og definisjonen av «kombinationssalg» at det er forbudt for virksomhetene å selge lån under forutsetning av at andre finansielle produkter kjøpes. Etter bestemmelsen ser det i utgangspunktet ut til at det skal være mulig å kjøpe et lån uten å måtte kjøpe andre finansielle produkter.

Av definisjonen av «pakkesalg» i Artikkel 4 (27) følger det at dersom et finansforetak tilbyr lån uten å stille vilkår om tilleggskjøp, kan lån også selges som del av en produkt-pakke. Det eneste vilkåret som synes å stilles for at foretaket skal kunne koble lån med andre finansielle tjenester i en slik pakke, er at leverandøren også tilbyr lån («kreditaftalen») som separat produkt («også stilles individuelt til rådighed for forbrugeren»). I siste ledd i definisjonen av pakkesalg fastslås det uttrykkelig at lånet som tilbys separat kan ha andre betingelser enn lånet som inngår i pakken, herunder en annen pris. («men ikke nødvendigvis på samme betingelser eller vilkår, som når den indgår i pakken med accessoriske tjenesteydelser».)

### Forbrukerrådets vurderinger:

Det er svært krevende å forstå fullt ut hva som skiller «kombinationssalg» fra «pakkesalg», og hvilke begrensninger som i praksis legges på foretakene som følge av forbudsbestemmelsen med definisjoner.

Det kan se ut til at EU bruker betegnelsen «kombinationssalg» om koblings salg der forbrukeren forpliktes til å kjøpe to eller flere produkter, hvorav gjeld utgjør ett. Koblinger hvor lån til en markedsført rente (eksempelvis med en markedsført «rabatt») forutsetter at et annet finansielt produkt også kjøpes, kan imidlertid se ut til å falle inn under kategorien «pakkesalg», som skal tillates.

Dersom dette er riktig oppfattet, må språkvalget i definisjonen av «pakkesalg» bemerkes. Med ordbruken i definisjonen av «pakkesalg» skapes det et inntrykk av at et boliglån er ett og samme produkt, selv om det stilles ulike vilkår for lånet, avhengig av om låneavtalen inngås som del av en produktpakke eller som selvstendig produkt. Med valget av éntallsform og bestemt form i ordvalget «kreditaftalen», gis det dermed et lite presist inntrykk av hvordan to lånetilbud til ulik pris trolig fremstår for en forbruker. To lån med innbyrdes ulik rente oppfattes neppe som ett og samme produkt for en kunde. Hvis et lån tilbys til en lav rente i en produktpakke med tilleggskjøp, mens lån uten tilleggskjøp tilbys til en høy rente, er det langt mer troverdig at kunden opplever lånetilbudene som to atskilte og ulike tilbud. Man kan heller ikke utelukke at tilbyderen oppfatter dette som tilfellet.

At to lån med ulik pris likevel i regelverket omtales i éntall og bestemt form som «kreditaftalen», og ikke som to ulike lånetilbud, gir et forvirrende og misvisende bilde av hva bestemmelsen i praksis innebærer. Når det i dag ikke stilles andre vilkår for å kunne tilby en produktpakke med boliglån til en markedsført rente at leverandøren også tilbyr lån som selvstendig produkt (men til en helt annen rente), fremstår vilkåret som et pseudo-vilkår, som neppe virker særlig begrensende.

Realiteten som følge av Artikkel 12 pkt 1 og definisjonene i Artikkel 4 synes å være at de fleste pakker av finansielle produkter i dag kan tillates med hjemmel i dagens boliglånsdirektiv (og forbrukerkredittdirektiv). Det er vanskelig å få øye på vilkår som i nevneverdig grad kan begrense omfanget. Dette forklarer trolig langt på vei utbredelsen av produktpakker i det norske forbrukermarkedet.

Erfaringene fra Norge er at det som i praksis tilbys i forbrukermarkedet muligens kan betegnes som en kombinasjon av «kombinationssalg» og «pakkesalg». Som det fremgår av oversikten i kapittel 4, var det minst to obligatoriske produkter i alle pakker som var tilbudt i det norske forbrukermarkedet sommeren 2024. Gjeld til en markedsført rente inngikk som element i samtlige. Det er vanskelig å se hvilke begrensninger som i praksis legges på foretakene som følge av artikkel 12 punkt 1 med definisjoner. Blant annet derfor stiller vi spørsmål ved relevansen og hensiktsmessigheten av å trekke et skille mellom «kombinationssalg» og «pakkesalg», slik det i dag gjøres i regelverket.

I unntaksbestemmelsene nedenfor ser direktivet ut til å gå enda lenger i å gi medlemsstatene muligheter til å beslutte at tilleggs kjøp kan kreves. Samtidig gis medlemsstatene nasjonalt handlingsrom til å unnlate å gjøre unntak. Å unnlate å ta i bruk unntaksbestemmelsene vil dermed være det mest begrensende som er mulig å oppnå i Norge, med dagens bestemmelser om produktpakker i europeisk lovgivning.

## Artikkel 12 punkt 2



*"Uanset stk.1 kan medlemsstaterne beslutte, at kreditgivere kan anmode forbrugeren, et familiemedlem eller nær pårørende til forbrugeren om at:*

*a. "Oprette eller opretholde en betalings- eller opsparingskonto, hvis det eneste formål med en sådan konto er at akkumulert kapital til at tilbagebetale lånet eller afdrage på lånet, samle ressourcer for at opnå lånet eller give kreditgiver yderligere sikkerhedsstillelse i tilfælde af misligholdelse"*

### Forbrukerrådets vurderinger:

Her gis medlemsstatene nasjonalt handlingsrom til å gi foretakene anledning til å anmode om at kunden oppretter en betalingskonto i tilknytning til lånet. Det ser også ut til at siste punktum kan gi anledning til å kreve opprettelse av en sparekonto e.l.



*b. "købe eller beholde et investeringsprodukt eller privat pensionsprodukt, hvis et sådant produkt, som primært giver investor pensionsindtægter, også tjener til at give kreditgiver yderligere sikkerhedsstillelse i tilfælde af misligholdelse eller at akkumulere kapital til at tilbagebetale lånet eller afdrage på lånet, samle ressourcer for at opnå lånet"*

### Forbrukerrådets vurderinger:

Her gis medlemsstatene nasjonalt handlingsrom til blant annet å gi foretakene anledning til å anmode om at kunden oppretter et pensjonsprodukt ved kjøp av kreditt.

For norske forhold er det vanskelig å se behovet for en slik bestemmelse om tilleggs sikkerhet for et boliglån. For norske forbrukere stilles det sikkerhet for lån i boligens verdi, og utlånsforskriften begrenser lånet til 90 prosent av boligens verdi, som i utgangspunktet gir bankene god sikkerhet. Behovet for å stille tilleggs sikkerhet i en gjeldsforsikringsavtale eller andre finansielle aktiva er neppe til stede i Norge.



*c) indgå en separat kreditaftale i kombination med en kreditaftale med delt friværdi for at opnå lånet.*

### Forbrukerrådets vurderinger:

Her ser det ut til å gis nasjonalt handlingsrom for å tillate krav om at det inngås en egen kredittavtale i forbindelse med en låneavtale med delt pant.

### Artikkel 12 punkt 3



*“Uanset stk. 1 kan medlemsstaterne tillade kombinationssalg, når kreditgiver kan godtgøre over for den kompetente myndighed, at de bundne produkter eller produktkategorier, der tilbydes på indbyrdes tilsvarende vilkår og betingelser, og som ikke stilles individuelt til rådighed, indebærer en klar fordel for forbrugerne under hensyntagen til tilgængeligheden af og priserne på de relevante produkter, der tilbydes på markedet. Nærværende stykke gælder udelukkende produkter, der bringes i omsætning efter den 20. marts 2014.”*

#### Forbrukerrådets vurderinger:

Her gis medlemsstatene nasjonalt handlingsrom til å tillate kombinasjonssalg av lån og andre finansielle produkter, hvis leverandøren kan dokumentere overfor tilsynsmyndigheten at kunden kommer bedre ut med pakken enn ved enhver annen tilpasning i markedet. Dette kan fremstå som et forbrukervennlig kriterium, og kunne i teorien ha vært vurdert som et vilkår for alle produktpakker som kunne bidra til en mer forbrukervennlig prissetting av pakker.

At et slikt regime skal gi gunstige effekter for forbrukerne forutsetter imidlertid at det eksisterer sammenliknbare produkter å få kjøpt enkeltvis.

Videre kan det fremstå som lite realistisk at et slikt regime etterleves i praksis. En slik ordning forutsetter at det avsettes betydelige administrative ressurser til å forvalte den, og at både tilsynsmyndighet og forbrukere har perfekt og oppdatert informasjon om alle tilgjengelige tilbud i markedet, slik at “rabatter” i en produktpakke skal kunne etterprøves. I tillegg er det en forutsetning at opplyste forbrukere har ressurser og er satt i stand til å benytte seg av en eventuell klageadgang. I sum, vil et slikt vilkår trolig vise seg tilnærmet umulig å håndheve, selv om det i utgangspunktet kan fremstå som forbrukervennlig på teoretisk grunnlag.

### Artikkel 12 punkt 4



*“Medlemsstaterne kan give kreditgivere tilladelse til at pålægge forbrugeren at tegne en relevant forsikring i forbindelse med kredittaftalen. I sådanne tilfælde sikrer medlemsstaterne, at kreditgiver accepterer forsikringspolicen fra en anden udbyder end kreditgivers foretrukne udbyder, hvis forsikringspolicen indeholder samme garanti som den, kreditgiver har foreslået.”*

#### Forbrukerrådets vurderinger:

Endelig gis medlemsstatene nasjonalt handlingsrom til å tillate kombinasjonssalg av lån og relevante forsikringsprodukter, og vi antar at det siktes til gjeldsforsikring. Det stilles som vilkår at låntilbyderen også godtar gjeldsforsikringsprodukter uavhengig av leverandør.

Vi kjenner ikke til at slikt kombinasjonssalg er utbredt i Norge, men antar at bestemmelsen kan føre til høye priser på gjeldsforsikring, især hvis det er få leverandører som tilbyr gjeldsforsikring som enkeltstående produkt, jf. kap. 6.

## 8.2 Forslag til endringer som kan ivareta forbrukernes interesser

### 8.2.1 Generelt

På et overordnet nivå, synes EUs regelverk om produktpakker å være utviklet ut fra produsentenes perspektiv. Sett fra et forbrukerperspektiv vil ofte effekten av «kombinationssalg» og «pakkesalg» i praksis bli identisk. Om en forbruker gjør en finansinvestering som forutsetter låneopptak (eller vice versa; et låneopptak som forutsetter en finansiell plassering), i et «kombinationssalg», eller tar opp et lån til en markedsført og attraktiv rente koblet med en finansinvestering på 2 mill. kroner i et «pakkesalg», som i eksemplene fra Norge i kapittel 4, blir effekten for forbrukeren lik, gitt samme volum og priser. I begge tilfeller kaprer sannsynligvis produsenten konsumentoverskuddet, og produktpakkens sammensetning skaper incentiver til å lånefinansiere finansinvesteringer, eller såkalt giring.

Som det fremgår av kapittel 6 ovenfor, er det betalingsvilje og pris for en produktpakke som avgjør konsumentoverskuddet. Det er derfor forhold rundt prisdannelsen som har størst relevans når man skal vurdere produktpakker i et forbrukerperspektiv, og som bør reguleres på en god måte. Hvilke elementer som inngår i en produktpakke og hvem som har besluttet pakkens sammensetning, er i denne sammenhengen av underordnet interesse.

Et regelverk utarbeidet ut fra forbrukerens perspektiv bør likevel tilstrebe å regulere hvilken effekt produktpakker kan tillates å ha på den enkeltes økonomi, som for eksempel uoversiktlig risikobilde, giring, innelåsing, m.v. uavhengig av om de skyldes utfall av bransjeinterne vurderinger av om pakken er utslag av «kombinationssalg» eller «pakkesalg».

Et forbrukervennlig regelverk bør også beskytte kundenes tilgang til enkeltstående produkter til konkurransedyktige priser. Det bør utredes hvordan dette kan sikres.

Et spørsmål som i utgangspunktet bør stilles i en gjennomgang av boliglånsdirektivet er i hvor stor grad finansforetakenes produktpakker trenger beskyttelse gjennom lovverket. Økonomisk teori viser at finansaktører som hovedregel vil ha gevinsten av produktpakker (jf. Kap. 6), og produktkobling er derfor en tradisjonsrik markedsstrategi (Kap 5).

Et vanlig utgangspunkt for norsk lovgivning er at regelverk brukes til å fastslå hva som skal kunne rettfærdiggjøre og utløse sanksjoner og offentlig inngripen i individers og foretaks atferd. Hvorfor man i europeisk lovgivning har vurdert det som hensiktsmessig å ha en tilnærming hvor man beskytter foretakenes rett til forretningsmessig atferd, er trolig et spørsmål man bør stille i en videreutvikling av regelverket.

## 8.2.2 To mulige retninger for et mer forbrukervennlig regelverk

For å utvikle boliglånsdirektivet i en mer forbrukervennlig retning, bør det vurderes nærmere:

1. Om produktpakker i det hele tatt skal tillates, og eventuelt
2. på hvilke vilkår produktpakker skal kunne tillates for å sikre at de også kan komme forbrukerne til gode.

### **Forbud mot produktpakker**

Å forby finansielle produktpakker vil utvilsomt øke konsumentoverskuddet. Et eksempel på en forbudsbestemmelse som i dag er i bruk, er formulert i den norske finansforetaksforskriften §16-1 Et *finansforetak kan ikke tilby en tjeneste på betingelse av at kunden samtidig skaffer seg en annen tjeneste, eller gi en kunde særlig gunstige vilkår på betingelse av at dette gjøres.*

Et totalforbud vil trolig være enklere å administrere, enn et sett med vilkår. Det er imidlertid verdt å merke seg at et forbud vil møte betydelig motstand fra finansbransjen, fordi produsenter, men ikke forbrukere, vil tape på at produktkobling forbys etter å ha vært tillatt, jf punkt 6.1 ovenfor.

### **Forbrukervennlige vilkår**

Det vil være krevende, men likevel muligens innenfor rekkevidde å utforme vilkår for produktpakker som kan falle ut til forbrukers gunst. Dette bør imidlertid utredes nærmere.

Dersom vilkår administreres aktivt og strengt av finansmyndighetene, kan selskapenes insentiver til å utvikle produktpakker bli svakere, fordi deres gevinster ikke vil være like høye som i dag.

At vilkår skal komme ut til forbrukerens gunst, slik at ikke produsenten kaprer konsumentoverskuddet, forutsetter imidlertid at det eksisterer sammenliknbare produkter å få kjøpt enkeltvis.

# 9

## KONKLUSJONER

Finansielle tjenester må være transparente, enkle å sammenlikne og enkle å flytte. De må derfor utvikles slik at pris og risiko er enklest mulig å forstå, skaper minst mulig informasjonsasymmetri mellom leverandør og forbruker, og ikke medfører at den enkelte forbruker låses inne. Fremveksten av finansielle produktpakker i forbrukermarkedet må derfor begrenses i betydelig grad.

Et fremtidig regelverk bør innrettes slik at det sikrer en forbrukervennlig prisdannelse av finansielle tjenester. Regelverket trenger å innrettes slik at det sikrer eksistensen av et marked med selvstendige – ikke pakkede – finansielle produkter. Slik det norske og europeiske regelverket er utformet i dag, er det lite som sikrer dette.

På kort sikt bør det nasjonale handlingsrommet i Boliglånsdirektivet og Forbrukerkredittdirektivet brukes fullt ut, slik at koblingssalg av finansielle tjenester begrenses så mye som mulig. Det må strammes inn i både regelverk og praksis.

Det europeiske regelverket – Boliglånsdirektivet og Forbrukerkredittdirektivet – bør utvikles i en forbrukervennlig retning.

## Vedlegg: Kartlegging av innholdet i produktpakker i Norge juni-august 2024

### Forklaring av symboler og farger

	Brukskonto med lønnsinngang		Produkter med krav for å få pakken
	Boliglån		Andre produkter i pakken
	Andre lån		Krever trekkskonto, ikke lønnsinngang
	Andre innskuddskonti		
	Skadeforsikring		
	Personforsikring		
	Fond		
	Tjenestepensjon		
	Spareavtale		
	BSU/BSU+		
	Seniorkonto		

Navn på produktpakke	Leverandør	Min. antall produkter	Antall produkter i pakken	(Innhold i pakken)													
				Brukskonto med lønnsinngang	Boliglån	Andre lån	Andre innskuddskonti	Skadeforsikring	Personforsikring	Fond	Tjenestepensjon	Spareavtale	BSU/BSU+	Seniorkonto			
Brukskonto med lønnsinngang	Agder Sparebank	2	2														
Aktiv Ung Voksen	Askim og Spydeberg Sparebank	2	3														
Pluss	Berg Sparebank	2	3														
Aktiv lønnskonto	Bien Sparebank ASA	2	2														
BienPluss	Bien Sparebank ASA	2	2														
Konto med lønnsinngang	Birkenes Sparebank	2	2														
Alltid Fornøyd	BN Bank ASA	2	3														
Boliglånskunder	BN Bank ASA	2	2														
Brukskonto uten daglig bruk	Danske Bank	2	2														
Dagligbank	Danske Bank	2	2														
SAGA Gull	DNB Bank ASA	2	3														
Lønnskonto, nettbank og kort	DNB (Norsk Sykepleierforbund)	2	2														
Aktiv Ekstra	Eidsberg Sparebank	2	3														
Boligsparing for ungdom (BSU)	Etnedal Sparebank	2	2														
33pluss*	Evje og Hornnes Sparebank	4*	8*														
Dagligbank	Fana Sparebank	2	2														
Lønns/Brukskonto	Fana Sparebank	2	2														

\* Har et krav om flere produkter, men spesifiserer ikke hvilke. Derfor er det ingen røde.

Totalkunde	Gildeskål Sparebank	4	6	
Lønnskonto og dagligbank	Handelsbanken NUF	2	3	
BSU-sparing	Haugesund Sparebank	2	2	
BSU	Hegra Sparebank	2	2	
Brukskonto med lønnsinngang	Høland og Setskog Sparebank	2	2	
Jærkonto*	Jæren Sparebank	2*	7*	
Lønnskonto, kort og nettbank	Jæren Sparebank	2	2	
Lønnskonto	KLP Banken AS	2	2	
Brukskonto med lønnsinngang	Lillesands Sparebank	2	2	
BSU-sparing	Lillesands Sparebank	3	3	
Honnør	Luster Sparebank	2	4	
Aktiv	Marker Sparebank	2	4	
BSU-sparing	Marker Sparebank	2	2	
Brukskonto med lønnsinngang	Nidaros Sparebank	2	2	
BSU & lønnskonto	Nidaros Sparebank	3	3	
BSU-sparing	Nidaros Sparebank	2	3	
Aktiv (NAL)	NORDEA BANK ABP, FILIAL I NORGE	2	5	
Aktiv (UNIO)	NORDEA BANK ABP, FILIAL I NORGE	2	4	
Aktiv (YS)	NORDEA BANK ABP, FILIAL I NORGE	2	6	
ECONA	NORDEA BANK ABP, FILIAL I NORGE	2	4	
Innskudd 0-2,5 mill i banken	Nordnet Bank (Nordnet Bank AB)	2	3	
Innskudd 2,5-5 mill i banken	Nordnet Bank (Nordnet Bank AB)	2	3	
Innskudd 5-10 mill i banken	Nordnet Bank (Nordnet Bank AB)	2	3	
Innskudd over 10 mill i banken	Nordnet Bank (Nordnet Bank AB)	2	3	
Dagligbank	OBOS-banken AS	2	2	
Oppdal Aktiv Ung 18:34	Oppdalsbanken	2	4	
BSU-sparing	Orkla Sparebank	2	2	
Aktiv Privat	Rindal Sparebank	2	5	
BSU - Krav til totalkundeforhold	Rindal Sparebank	2	2	
Bank kunde	Sandnes Sparebank	2	2	
Bate kundeprogram	Sandnes Sparebank	2	2	
BSU-sparing	Selbu Sparebank	2	2	
Kundeforhold og BSU	Skudenes & Aakra Sparebank	2	2	
Brukskonto med lønnsinngang	SpareBank 1 Gudbrandsdal	2	2	
Ung	SpareBank 1 Hallingdal Valdres	2	2	
Brukskonto med lønnsinngang	SpareBank 1 Helgeland	2	2	
BSU i SpareBank 1 Helgeland	SpareBank 1 Helgeland	3	3	
Brukskonto med lønnsinngang	SpareBank 1 Lom og Skjåk	2	2	
LOfavør	SpareBank 1 Lom og Skjåk	2	2	
LOfavør Ung	SpareBank 1 Lom og Skjåk	2	2	

\* Har et krav om flere produkter, men spesifiserer ikke hvilke. Derfor er det ingen røde.

Brukskonto	SpareBank 1 Nordmøre	2	2	
L0favør ny BSU-konto åpnet i nettbank	SpareBank 1 Nordmøre	2	2	
Ny BSU-konto åpnet i nettbank	SpareBank 1 Nordmøre	2	2	
BSU+	SpareBank 1 Ringerike Hadeland	2	2	
BSU-sparing	SpareBank 1 Ringerike Hadeland	3	3	
Lønnskonto	SpareBank 1 Ringerike Hadeland	2	2	
Privat Ekstra	SpareBank 1 Ringerike Hadeland	3	3	
Brukskonto med lønnsinngang	SpareBank 1 SMN	3	3	
L0favør	SpareBank 1 SR-Bank	2	2	
L0favør Ung	SpareBank 1 SR-Bank	2	2	
Lønnskonto i banken	SpareBank 1 SR-Bank	2	2	
Boliglån for unge	SpareBank 1 Østfold Akershus	2	2	
Konto med lønnsinngang	SpareBank 1 Østfold Akershus	2	2	
Pluss 25 år og oppover (VISA uten leg.)	SpareBank 1 Østfold Akershus	2	4	
BSU-sparing	Sparebanken DIN Telemark	2	2	
Vestavinn	Sparebanken Vest	2	4	
Helkunde	Storebrand Bank ASA	2	2	
Helkundeforhold	Sunddal Sparebank	2	2	
BSU	Tinn Sparebank	2	2	
Dagligbank	TOBB (DNB)	2	2	
Boliglån for Unge	Tolga-Os Sparebank	2	2	
Breddekunde	Tolga-Os Sparebank	2	5	
Brukskonto med lønnsinngang	Tolga-Os Sparebank	2	2	
BSU-sparing	Totens Sparebank	2	2	
Ungdom 18 - 33 år	Totens Sparebank	2	2	
Brukskonto	Tysnes Sparebank	2	2	
Helkunde	Valle Sparebank	2	2	
Konto	Voss Sparebank	2	2	
Totalkunde	Ørskog Sparebank	6	8	
Totalkunde honnør	Ørskog Sparebank	4	8	
Ung Voksen 18-33	Ørskog Sparebank	2	7	





FORBRUKERRÅDET

[www.forbrukerradet.no](http://www.forbrukerradet.no)