

Denne pligt gælder i relation til f.eks. selskabets eget assurandørkorps.

I det omfang forsikringsselskabet benytter sig af andre salgskanaler, f.eks. radio/TV-kæder, autoforhandlere, pengeinstitutter m.m., jf. stk. 1, der således virker som agenter for forsikringsselskabet, skal personer fra sådanne virksomheder også udstyres med et legitimationsbevis, når disse virker uden for et forretningslokale, jf. stk. 2. Herved omfattes de ansatte i f.eks. pengeinstitutter, der via koncernforhold eller samarbejdsaftale virker for afsætning af et eller flere bestemte forsikringsselskabers produkter alene i det omfang, disse personer virker uden for pengeinstituttets forretningslokale.

Bestemmelsen foreskriver tillige, at legitimationsbeviset uopfordret skal forevises for kunden, således at det i denne situation står klart for kunden, at den pågældende sælger ikke er en uafhængig rådgiver, men at der består et særligt interessefællesskab mellem forsikringsselskabet og sælgeren.

Stk 3, 2. pkt., er uændret og indebærer, at personer, der er ansat i virksomheder, der efter stk. 2 skal foretage skiltning i forretningslokalet, er fritaget for legitimationspligten, så længe de virker fra forretningslokalet.

Bestemmelsen i *stk. 4* er en præcisering af den nuværende pligt for de erhvervsdrivende, der er omfattet af § 31, til uopfordret og skriftligt at oplyse om provision eller andet vederlag, der udløses ved en forsikringsaftales indgåelse. Der gælder - som ved skiltningenspligten om særlige tilknytningsforhold - en tilsvarende pligt til ved erhvervsudøvelse over internettet, at oplyse om den erhvervsdrivendes modtagelse af provision eller andet vederlag fra forsikringsselskaberne.

Ved at udskille bestemmelsen til et nyt *stk. 4*, bliver bestemmelsens målgruppe - set i sammenhæng med den samtidige præcisering af *stk. 1* - mere klar. Det er nu utvivlsomt, at det er den virksomhed, der udøver den i *stk. 1* omfattede virksomhed, der tillige med skiltningenspligten efter *stk. 1*, jf. *stk. 3*, også skal oply-

se om størrelsen af den til virksomheden aftalte provision eller andet vederlag, som gennemsnitligt er knyttet til et tilbud fra forsikringsselskabet som det, der forelægges kunden. Den ændrede formulering af provisionsbestemmelsen er valgt, fordi begrebet provision i praksis ikke er noget entydigt begreb.

En eventuel honorering af formidleren behøver ikke blot at være baseret på formidlingen af den enkelte aftale i form af en vis %-sats eller et på forhånd fastsat beløb, men vil oftest være knyttet sammen med andre kriterier, f.eks. vil mængden af aftaler formidlet henover året eventuelt kunne påvirke %-satsen, udløse en bonus eller lignende. Dette vil bevirke, at den oplysning, der gives til den enkelte kunde ikke altid kan være udtryk for den endelige til formidlingen knyttede økonomiske fordel for formidleren.

Det foreslås, at kunden får oplysninger om størrelsen af den til virksomheden aftalte provision eller andet vederlag, som gennemsnitligt er knyttet til et tilbud fra forsikringsselskabet som det, der forelægges kunden. Beløbet skal naturligvis være beregnet ud fra aftalen med det pågældende forsikringsselskab og de deri indeholdte provisionskriterier, sammenholdt med tidligere erfaringer eller forventede resultater vedrørende mængden af formidlinger.

Med bestemmelsens ændrede ordlyd er det dermed klart, at de ansattes personlige aflønning friholdes for oplysningspligten.

Til § 6

Ikrafttrædelses- og overgangsbestemmelser

Det foreslås, at loven træder i kraft den 1. juli 2001.

Til § 7

Færøerne og Grønland

Det foreslås, at loven ikke skal gælde for Færøerne og Grønland. Loven kan dog sættes i kraft for Grønland med de afvigelser, som de særlige grønlandske forhold tilsiger.