

Adressatens namn och adress

Beslutspromemoria till Konsumentverkets allmänna råd om konsumentkrediter KOVFS 2020:1

1. Inledning

1.1 Bakgrund

Konsumentverket har bland annat med anledning av ny lagstiftning sett ett behov av att uppdatera de allmänna råden om konsumentkrediter, KOVFS 2011:1. Det har även funnits behov av att innehållsmässigt revidera råden.

Till skillnad från tidigare allmänna råd innehåller KOVFS 2020:1 enbart skrivningar som utgör allmänna råd. De allmänna råden kompletterar gällande lagstiftning och praxis vilket innebär att de bolag som tillhandahåller konsumentkrediter förväntas ha kunskap om gällande rätt.

För att ge möjlighet till mer utförligare beskrivning av de allmänna råden finns kommentarer till de allmänna råden i denna beslutspromemoria. I promemorian finns också en kort beskrivning av rättsläget gällande god kreditgivningssed, måttfullhet och kreditprövning.

1.2 Konsumentkreditlagen

Konsumentkreditlagen (2010:1846, KkrL) bygger på Europaparlamentets och rådets direktiv 2008/48/EG om konsumentkreditavtal. Det har även genomförts ändringar i konsumentkreditlagen avseende så kallade högkostnadskrediter samt krav på måttfullhet på kreditmarknadsföring.

Konsumentverket är tillsynsmyndighet över marknadsföring och avtalsvillkor oavsett typ av kredit. Vidare har Konsumentverket tillsynsansvar över 12 § i KkrL, för de bolag som har tillstånd enligt lag (2014:275) om viss verksamhet med konsumentkrediter s.k. konsumentkreditinstitut. Tillsynen över konsumentkreditlagen delas därmed mellan Konsumentverket och Finansinspektionen och båda myndigheterna har utfärdat allmänna råd¹.

De delar av råden som avser god kreditgivningssed, måttfullhet samt information vid marknadsföring och innan ett avtal ingås, är tillämpliga på alla typer av krediter till konsument. Råden avseende kreditprövning är avsedda för krediter som erbjuds av konsumentkreditinstitut och för de bolag som lämnar krediter men som inte står under Finansinspektionens tillsyn.

¹ Finansinspektionens allmänna råd om konsumentkrediter i konsumentförhållanden, FFFS 2014:11

2. Allmänna råd och kommentarer

I detta kapitel finns kommentarer till Konsumentverkets allmänna råd om konsumentkrediter (KOVFS 2020:1).

2.1 God kreditgivningssed och måttfullhet vid marknadsföring

2.1.1 God kreditgivningssed

Av 6 § KkrL följer att kreditgivare ska iaktta god kreditgivningssed. Näringsidkaren ska även ta till vara konsumentens intressen med tillbörlig omsorg och ge de förklaringar som konsumenten behöver.

Enligt prop. 1991/92:83 innebär god kreditgivningssed bland annat att kreditgivaren ska handla omdömesgillt och ansvarsfullt i förhållande till konsumenterna både inför och vid pågående kreditavtal. Vidare ska kreditgivaren agera med utgångspunkt från att kreditavtal ofta har stor betydelse för konsumentens ekonomiska förhållanden och därför är känsligare ur konsumentsynpunkt än de flesta andra avtal.

Av prop. 2009/10:242 s. 91 framgår att de förklaringar som ska lämnas ska vara de som konsumenten behöver och att dessa måste anpassas utifrån varje enskild konsuments behov. Av propositionen framgår även att den information som ska lämnas om kreditens huvudsakliga egenskaper kan medföra behov av förklaringar från näringsidkaren för det fall konsumenten efterfrågar dessa.

Till 6 § - God kreditgivningssed

Allmänt råd

Vid kreditköp bör återbetalningstidens längd inte överstiga varans beräknade användningstid.

Vid återbetalningstidens bestämmande bör hänsyn tas även till kreditbeloppet storlek och ett lägre kreditbelopp bör därmed motsvaras av kortare återbetalningstid.

Det belopp som konsumenten ska betala vid varje betalningstillfälle bör vara så stort att det medför en skälig amortering av krediten.

Kommentar

Det är viktigt att näringsidkaren tar hänsyn till varans beräknade användningstid när återbetalningstidens längd bestäms vid kreditköp. Konsumenter bör inte erbjudas långa kredittider som riskerar överstiga den beräknade användningstiden för produkten då det kan innebära att konsumenter delbetalar produkter som inte längre används. Detta gäller även om varans beräknade livslängd överstiger den beräknade användningstiden.

Näringsidkare bör heller inte erbjuda långa återbetalningstider avseende låga kreditbelopp.

Vidare bör det under hela återbetalningstiden ske en skälig amortering av kreditbeloppet så att återbetalningsbeloppet inte endast täcker månatliga inbetalningar av ränta och avgifter. Det ska således vara tydligt att skulden minskar med varje amortering.

Allmänt råd

Vid fakturabetalning bör inget annat kreditalternativ än det avtalade marknadsföras på fakturan

När konsumenten ingått ett avtal om delbetalning bör marknadsföring av annat delbetalningsbelopp än det avtalade inte placeras eller utformas så att risk uppstår för att konsumenten av misstag betalar annat belopp än det avtalade och får en ändrad återbetalningsplan.

Krediträntan bör framgå av fakturan. Används en samlad faktura för köp hos olika näringsidkare bör avtalad räntesats redovisas i direkt anslutning till respektive kreditbelopp.

Kommentar

Vid en betalningssituation, framförallt vid e-handel men även vid köp av varor i butik, har konsumenten ofta flera betalningsalternativ med olika villkor att välja mellan. Konsumentens val vid betalningstillfället bör respekteras av kreditgivaren. Om en annan avbetalningstid eller andra avtalsvillkor än de avtalade erbjuds konsumenten, är detta att anse som ett erbjudande om en ny kredit. En ny kredit, som medför ökade kreditkostnader eller längre återbetalningstid, bör inte marknadsföras i anslutning till det avtalade kreditbeloppet.

För de fall en konsument väljer ett betalningsalternativ som innebär att undantag från kreditprövning blir tillämpligt, d.v.s. om krediten ska återbetalas inom tre månader och är förenad med en obetydlig avgift, bör inget nytt

delbetalningsbelopp kunna marknadsföras vid respektive betalningstillfälle utan att kreditgivaren först genomför en kreditprövning för att säkerställa konsumentens återbetalningsförmåga.

För att undvika att konsumenten av misstag eller av lockelse betalar in ett annat belopp än det avtalade bör inte heller möjligheten till ändrad avbetalningsplan lyftas fram på ett framträdande sätt på fakturan. Ändringar av delbetalningsbelopp kan innebära att krediten både förlängs och blir dyrare för konsumenten.

Näringsidkaren bör alltid ange den för avtalet gällande räntesatsen på fakturan. Om kreditgivaren erbjuder någon form av samlad faktura där köp hos flera olika näringsidkare samlas för att sedan betalas i sin helhet eller delbetalas, bör det i anslutning till respektive inköpspost framgå vilken räntesats som gäller för respektive köp.

Allmänt råd

Om kreditavtalet för ett kreditkort medger en möjlighet att välja belopp att betala, bör näringsidkaren ange den totala utestående skulden som förifyllt belopp vid varje fakturering. Om konsumenten själv har valt visst delbetalningsbelopp bör istället det beloppet anges. Det bör även framgå att konsumenten när som helst kan betala hela det kvarstående skuldbeloppet.

Kommentar

För de fall konsumenten faktureras månadsvis och själv kan välja vilket belopp som ska avbetalas bör kreditgivaren välja den totala utestående skulden som förifyllt belopp. Ett annat avbetalningsbelopp bör endast anges om konsumenten på eget initiativ framfört önskemål om ett sådant.

Det bör inte vara tillräckligt att konsumenten, utan att meddela kreditgivaren, betalar in till exempel 1/12 av skuldbeloppet för att anses ha gjort ett aktivt val för kommande faktureringar.

Allmänt råd

Om konsumenten erbjuds en betalningsfri period bör kreditgivaren informera om vilka extra kostnader detta medför och hur återbetalningstidens längd påverkas, innan konsumenten accepterar erbjudandet.

Efter den betalningsfria perioden bör konsumenten få information om hur denna påverkat skuldsaldot och återbetalningstidens längd.

Kommentar

Om en betalningsfri period erbjuds, bör konsumenten få tydlig information om hur den betalningsfria månaden påverkar avbetalningstiden och kreditkostnaderna innan konsumenten accepterar erbjudandet. Information

om möjligheten att utnyttja en betalningsfri period bör lämnas på månadsfakturan. I de fall konsumenten återbetalar via autogiro bör informationen om betalningsfri månad lämnas vid avisering om kommande dragning eller under ”mina sidor” om sådana används.

I samband med nästkommande avisering, d.v.s. efter det att en betalningsfri period har utnyttjats, bör det tydligt framgå hur den betalningsfria perioden har påverkat konsumentens skuldsaldo, kreditutrymme och återbetalningstid.

2.1 2 Måttfullhet

Av 6a § KkrL framgår att vid marknadsföring av krediter ska måttfullhet iakttas.

Av prop. 2017/18:72 s. 62–63 framgår att måttfullhetskravet gäller vid marknadsföring av alla slags krediter och oavsett till vilken målgrupp marknadsföringen riktas. Kravet finns inte enbart för att skydda konsumenter med svag ekonomi eller konsumenter som vid en kreditprövning inte bedöms kreditvärdiga. I stället är avsikten att betona att risker med skuldsättning finns inom i princip alla konsumentgrupper. För att avgöra om en marknadsföringsåtgärd är måttfull ska en helhetsbedömning göras. Avgörande vid bedömningen är hur marknadsföringen är ägnad att uppfattas med hänsyn till den krets till vilken den riktar sig, det medium som används och det innehåll som marknadsföringen har.

Enligt prop. 2017/18:72 s. 62 ska bedömningen ta sin utgångspunkt i syftet med måttfullhetskravet, nämligen att det vid marknadsföring av konsumentkrediter ska tas större hänsyn till de generella riskerna med konsumentkrediter för att på så sätt minska sannolikheten att marknadsföringen lockar konsumenter till oöverlagda beslut.

Kravet på måttfullhet innebär bland annat att marknadsföring av krediter inte får vara påträngande, marknadsföringen ska dessutom vara saklig och balanserad.

Bestämmelsen om måttfullhetskrav för krediter har sedan 2018 en ny utformning. Det framgår dock av prop. 2017/18:72 att det nya måttfullhetskravet stämmer överens med vad som tidigare ansetts vara god kreditgivningssed.

Av proposition 1991/92:83 till 1992-års konsumentkreditlag framgår att kravet på god kreditgivningssed innebär att en kredit inte framställas på ett sätt som är ägnat att missleda konsumenten i fråga om de ekonomiska konsekvenserna av krediten. Marknadsföringen får inte heller framställas som en bekymmersfri lösning på konsumentens eventuella ekonomiska problem eller locka

konsumenten att fatta ett oöverlagt beslut om att binda sig för krediten. Marknadsföring av en kredit bör i princip vara neutral i den meningen att den bör överlåta åt konsumenten själv att avgöra i vad mån krediten är förmånlig för honom eller henne

Marknadsföring som inte bedöms som måttfull anses vara direkt otillbörlig.

Till 6 a § - Måttfullhet vid marknadsföring

Allmänt råd

Till marknadsföring av kredit bör inte kopplas erbjudanden eller förmåner som är ägnade att göra krediterbjudandet lockande.

Kommentar

Det är inte måttfullt att i samband med marknadsföring av kredit erbjuda t.ex. gåvor i någon form eller deltagande i tävlingar eller utlottningar. Vidare är det inte måttfullt att i marknadsföring locka konsumenter att teckna ett kreditavtal eller att utnyttja en befintlig kredit genom att erbjuda ekonomisk ersättning vid utnyttjande av krediten. Med ekonomisk ersättning menar Konsumentverket ”pengar på kontot”, ”avdrag på din kommande faktura” eller liknande skrivningar.

Med ekonomisk ersättning avses inte försäkringar kopplade till kreditkort eller kreditköp, ränterabatter eller liknande. Procentuell återbäring så som till exempel bonusprogram som utgår vid användande av ett betal- eller kreditkort omfattas inte heller.

Allmänt råd

Näringsidkare bör inte uppmuntra användning av outnyttjat kreditutrymme.

Kommentar

Det är inte måttfullt att, varken muntligen eller skriftligen, upplysa konsumenten om att en befintlig kredit inte är till fullo utnyttjad. Konsumentverket menar att ett sådant erbjudande kan locka konsumenten att använda ett kreditutrymme som konsumenten annars inte hade tänkt att utnyttja.

Att på ett neutralt sätt informera konsumenten genom t.ex. en sammanställning av kontokrediten, utan att särskilt lyfta fram det outnyttjade kreditutrymmet, får dock anses måttfullt.

Allmänt råd

En näringsidkare bör inte framhålla frånräntesatser i marknadsföringen.

Kommentar

Marknadsföring där frånräntan lyfts fram kan vilseleda konsumenten i frågan om vilken ränta som kan komma att erhållas. Det kan dessutom vilseleda konsumenten om de ekonomiska konsekvenserna av krediten. Det kan antas att den marknadsförda räntan kan vara ett avgörande argument vid konsumentens beslut om att ansöka eller avstå att ansöka om en kredit. Om en frånränta ändå anges bör den kompletteras med ett räntespann och anges i direkt anslutning till frånräntesatsen på ett minst lika framträdande sätt som angiven frånränta. Ett räntespann bör innehålla uppgift om den lägsta respektive högsta ränta som kreditgivaren kan komma att erbjuda konsumenterna.

Allmänt råd

Näringsidkare bör vid marknadsföring av kredit inte bifoga ansökningsformulär med förifyllda uppgifter om konsumenten

Näringsidkare bör inte använda uttryck som antyder att krediten redan är beviljad eller att näringsidkaren redan prövat konsumentens återbetalningsförmåga.

Kommentar

Det är viktigt att marknadsföring av krediter inte lockar konsumenter till att fatta oöverlagda beslut om att teckna sig för en kredit och därför bör inte ansökningsformulär med redan ifyllda uppgifter om konsumenten användas vid marknadsföring. Marknadsföringsmaterialet bör heller inte ge intryck av konsumentens uppgifter redan använts vid en redan genomförd kreditprövning.

2.2 Information vid marknadsföring

2.2.1 Till 7–8 §§ - Information vid marknadsföring och innan ett avtal ingås

Allmänt råd

Det representativa exemplet bör vara aktuellt och uppdateras löpande.

Kommentar

Kreditgivare bör kontrollera att det angivna representativa exemplet är aktuellt och ändra vid behov. Det representativa exemplet bör anges tillsammans med datum för när exemplet togs fram.

Allmänt råd

Om en kredit marknadsförs som räntefri eller motsvarande bör detta likställas med att noll procent (0 %) ränta uttas för krediten.

Kommentar

Vid en räntefri kredit bör räntan vara noll procents (0 %) nominell ränta, vilket innebär att bestämmelserna om effektiv ränta ska tillämpas. Den effektiva räntan är en möjlighet för konsumenter att jämföra olika krediter och ska enligt KkrL finnas med i all marknadsföring av kreditavtal.

För de fall en kreditgivare marknadsför en räntefri kredit ska dessutom informationsreglerna i 7 § KkrL tillämpas och ett representativt exempel ska lämnas i marknadsföringen.

Allmänt råd

Om en näringsidkare finansierar ett köp av en vara eller tjänst som en annan näringsidkare tillhandahåller, bör näringsidkaren verka för att den som tillhandahåller varan eller tjänsten uppfyller gällande informationskrav.

Kommentar

Kreditgivare som via andra näringsidkare erbjuder krediter bör försäkra sig om att den som erbjuder krediten t.ex. i en butik, har kunskaper om bland annat god kreditgivningssed, måttfullhet och de informationskrav som KkrL uppställer.

Allmänt råd

Näringsidkaren bör verka för att konsumenten förstår de åtaganden som krediten innebär, liksom konsekvenserna av försenade betalningar.

Kommentar

Det är också viktigt att näringsidkare och dess anställda har tillräckliga kunskaper om kreditprodukten för att kunna besvara eventuella frågor från konsumenten (förklaringsskyldighet) eller helt avråda konsumenten från att teckna kreditavtalet. Förklaringsskyldigheten är inte alltid tillräcklig ur ett konsumentperspektiv utan det kan också finnas ett behov av att näringsidkaren kontrollerar att konsumenten har förstått innebörden av kreditavtalet.

Kontrollen av om konsumenten har förstått innebörden av kreditavtalet kan ske genom att ställa frågor till konsumenten om denne har förstått informationen som lämnats avseende kostnader, delbetalningar samt konsekvenser vid dröjsmål med betalningen.

I en fysisk miljö kan detta ske genom att ställa extra frågor till konsumenten och i digital miljö t.ex. genom en pop-up ruta som konsumenten aktivt måste klicka bort för att kunna komma vidare.

Vid marknadsföring av kredit på distans eller utanför affärslokal

Allmänt råd

Vid marknadsföring av krediter på distans, så som per telefon, bör näringsidkaren eller någon denne anlitat särskilt beakta de extra svårigheter det innebär för konsumenten att förstå avtalets innebörd per telefon. Motsvarande gäller vid marknadsföring utanför affärslokal.

Kommentar

Vid marknadsföring och erbjudande om ett kreditavtal i situationer där konsumenten rings upp eller söks upp personligen hamnar konsumenten i en särskilt utsatt situation vilket gör att näringsidkaren måste se till att försäljningen sker måttfullt och i enlighet med god kreditgivningssed. Vidare är det viktigt att näringsidkaren försäkrar sig om att konsumenten förstår den information som lämnas i samtalet eller vid mötet.

Allmänt råd

Näringsidkaren eller någon denne anlitat, bör inte ge intryck av att ha kännedom om konsumentens ekonomiska situation.

Kommentar

För de fall näringsidkaren initierar kontakten med konsumenten bör denne aldrig ge konsumenten intryck av att ha kunskap om konsumentens ekonomi såsom till exempel befintlig creditsituation, när så inte är fallet.

2.3 Kreditprövning

2.3.1 Till 12–13 §§ - Kreditprövning

Konsumentverkets allmänna råd gällande kreditprövning gäller för de bolag över vilka Konsumentverket är tillsynsmyndighet. Konsumentverket är tillsynsmyndighet över de bolag som innehar tillstånd som konsumentkreditinstitut, samt över de bolag vars kreditgivning inte är att anse som huvudsaklig verksamhet och därmed är undantagna kravet på tillstånd.

För att stärka konsumentskyddet vid kreditgivning och därmed bidra till att minska risken för överskuldsättning gäller, sedan 2014, att även de bolag som

tidigare endast behövt vara registrerade hos Finansinspektionen också ska ha ett tillstånd för att bedriva sin verksamhet.

Av prop. 2013/14:34 s.1 framgår att med ökad tillgängligheten av konsumentkrediter ställs det också höga krav på att kreditgivarna noggrant undersöker den enskilda konsumentens förutsättningar att betala tillbaka lånet.

Konsumentkreditlagen är en konsumentskyddande lagstiftning och inte en näringsrättslig lagstiftning. Det innebär att konsumentkreditlagen tar sikte på ett ökat konsumentskydd och på att det är den sökandes ekonomiska förutsättningar att fullgöra kreditavtalet som ska provas. I det ligger det till exempel att näringsidkaren ska skaffa sig en helhetsbild av konsumentens ekonomi genom att samla in så mycket uppgifter att bedömningen av återbetalningsförmågan kan göras med en hög grad av säkerhet. Som framgår av prop. 2009/10:242 s. 101 ska näringsidkaren oavsett lånebeloppets storlek kontrollera om konsumenten har disponibla inkomster som räcker till att täcka kostnaderna för krediten och återbetalningen.

Konsumentverkets uppfattning är att det krävs att näringsidkaren har tillgång till den enskilde konsumentens ekonomiska förutsättningar för att kunna kontrollera om konsumenten har disponibla inkomster som täcker krediten, avgifter för krediten samt räntekostnader. Om näringsidkaren har små kreditförluster innebär inte detta i sig att en fullgod kreditprovning av varje enskild konsument har genomförts.

Frågan om kreditprovning har prövats av Högsta Förvaltningsdomstolen (HFD). Domen (HFD 2017 ref.64) avser inte ett bolag med tillstånd som konsumentkreditinstitut utan avser ett bolag som erbjuder finansiering för köp av bolagets egna varor.

Domstolen anförde att det sätt som bolaget genomförde kreditprovningen på kan anses vara tillräckligt då bolaget endast lämnar kredit för köp av bolagets egna produkter till exempel kläder och att utgifterna för sådana varor är av det slag som ingår i konsumenters normala levnadskostnader. Vidare anförde domstolen att de krediter som bolaget tillhandahåller är låga och beviljas endas med belopp som stegvis kan höjas upp till maximalt 10 000 kr.

Domen avser därmed inte kreditprovningar genomförda av ett bolag med tillstånd som konsumentkreditinstitut enligt lag om viss verksamhet med konsumentkrediter. Bolaget lånade som angetts ovan heller inte ut pengar direkt till konsumenten, utan finansierade köp av bolagets egna varor på kredit. Konsumentverkets uppfattning är därmed att de kreditprodukter som erbjuds av merparten av de bolag med tillstånd som konsumentkreditinstitut inte är jämförbara med den typ av kredit som prövades i målet.

Till 12 § - Kreditprövning

Inhämta uppgifter

Allmänt råd

Den kreditsökande konsumentens ekonomiska förutsättningar att fullgöra kreditavtalet bör bedömas mot bakgrund av konsumentens inkomst, utgifter och skulder.

Följande uppgifter bör inhämtas

Inkomst: Uppgift om aktuell månatlig inkomst inhämtas från konsumenten eller på annat sätt.

Utgifter: Uppgift om aktuella månatliga utgifter inhämtas från konsumenten eller på annat sätt.

Skulder: Uppgift om aktuella krediter och avbetalningar, inhämtas från konsumenten

Kommentar

Av 12 § KkrL framgår att en kreditgivare ska pröva om konsumenten har framtida återbetalningsförmåga och möjlighet att fullgöra det som denne åtar sig genom kreditavtalet.

För att kunna bedöma konsumentens framtida återbetalningsförmåga bör kreditgivare inhämta uppgifter direkt från konsumenten om dennes ekonomi.

Det bör också efter godkännande från konsumenten vara möjligt att inhämta sådana uppgifter med hjälp av tekniska lösningar som tillhandahålls av bolag som har tillstånd hos Finansinspektionen.

Inkomst: Kreditgivaren bör vid ansökan tydligt ange vilka uppgifter som efterfrågas, till exempel om det är netto- eller bruttoinkomst som ska anges. Kreditgivaren bör försäkra sig om att inkomsten är en månatlig eller annan regelbunden inkomst.

Utgifter: För att säkerställa att konsumenten förstår vilka utgifter som ligger till grund för kreditprövningen bör dessa exemplifieras i samband med ansökningsprocessen. Kreditgivaren bör exemplifiera vilken typ av kostnader som ska anges inom ramen för månatliga utgifter. Sådana kostnader kan t.ex. vara boendekostnad inkl. el, mat, abonnemangskostnader (telefon, tv, internet), kostnader för transport (bil eller busskort) eller kostnad för förskola och fritidsverksamhet samt fritidsaktiviteter.

Skulder: Kreditgivaren bör efterfråga samtliga befintliga krediter och de månatliga kostnaderna för dessa. Informationen bör efterfrågas på så sätt att konsumenten förstår att det är den månatliga totala kostnaden för samtliga befintliga krediter som ska uppges, det vill säga kreditkostnad och amortering.

Kontroll av inhämtade uppgifter

Allmänt råd

Inkomst: Inhämtade inkomstuppgifter bör kontrolleras mot taxerad inkomst. Vid osäkerhet om uppgifterna stämmer eller vid större avvikelse bör lönespecifikationer inhämtas.

Utgifter: Inhämtade uppgifter om utgifter bör kontrolleras t.ex. jämföras mot vedertagna levnadskostnadsschabloner, med beaktande av att dessa i normalfallet inte omfattar alla relevanta utgifter.

Skulder: Inhämtade uppgifter om konsumentens krediter bör kontrolleras mot en kreditupplysning. Om det av kreditupplysningen framgår att konsumenten ansökt om eller beviljats andra krediter än konsumenten uppgivit bör näringsidkaren kontrollera detta med konsumenten.

Kommentar

För att genomföra en kreditprovning med stor grad av säkerhet bör kreditgivaren kontrollera de uppgifter som inhämtats från konsumenten eller på annat sätt. Kontrollen kan göras mot källor såsom Skatteverket och Kronofogdemyndigheten men även mot uppgifter från kreditupplysningsbolag.

Inkomst: Vid kontroll av konsumentens inkomst bör hänsyn tas till att uppgift om taxerad inkomst kan vara normalt 18 månader gammal beroende på när i tid som uppgiften inhämtas. Om inkomstuppgift i en kreditupplysning eller från Skatteverket skiljer sig markant från den av konsumenten lämnade inkomstuppgiften eller på annat sätt inhämtad uppgiften om inkomst, kan kreditgivaren till exempel begära in lönespecifikationer.

Utgifter: Näringsidkaren kan för att kontrollera konsumentens egna uppgifter eller på annat sätt inhämtade uppgifter använda Konsumentverkets kostnadsberäkningar. Näringsidkaren bör vara medveten om att dessa beräkningar inte omfattar samtliga utgifter som en konsument kan förväntas ha utan att. Vid kontroll mot schabloniserade levnadsomkostnader bör det därför beaktas att

dessas inte är avsedda för bedömning av enskilds återbetalningsförmåga. Exempel på kostnader som inte finns med i Konsumentverket schablon är kostnader för el, transport och avgift för förskoleverksamhet. Månatliga utgifter kan även kontrolleras på andra sätt än att jämföras mot beräkningar framtagna av myndigheter.

Om konsumenten ingår i ett hushåll med flera personer bör kreditgivaren framför allt ta hänsyn till den del av utgifterna som konsumenten ansvarar för.

Skulder: Konsumentens uppgifter om befintliga skulder är den uppgift som kreditgivaren inte har någon eller liten möjlighet att kontrollera. Om kreditgivaren i en kreditupplysning eller på annat sätt fått uppgift om tidigare kreditförfrågningar, eller befintligt skuldsaldo bör denna uppgift kontrolleras genom följdfrågor till konsumenten, särskilt i de fall där konsumenten uppgivit noll kronor eller ett lågt belopp avseende befintliga krediter i ansökan.

Beräkning av konsumentens återbetalningsförmåga

Allmänt råd

Beräkningen av betalningsutrymmet för den sökta krediten grundas på de inhämtade och kontrollerade uppgifterna.

Kommentar

En beräkning av konsumentens återbetalningsförmåga ger kreditgivaren en möjlighet att bedöma om det finns utrymme i konsumentens ekonomi för den sökta krediten. Som nämnts ovan krävs det att konsumenten har en framtida betalningsförmåga för att en kredit ska kunna beviljas (prop. 2009/10:242 s.100). Kreditprövningen tar sikte på den enskilde konsumentens faktiska återbetalningsutrymme avseende den sökta krediten, inte den enskildes återbetalningsförmåga i förhållande till andra konsumenter.

2.4 Kreditförmedlare

2.4.1 Till 48 § - Vissa skyldigheter för kreditförmedlare

Allmänt råd

Det bör tydligt framgå av marknadsföringen att det rör sig om kreditförmedling.

Om konsumentens ansökan inte förmedlas till flertalet samarbetspartners bör konsumenten få information om detta.

Konsumenten bör få ta del av de krediterbjudanden som lämnas till kreditförmedlaren av näringsidkarna.

Kommentar

Det bör alltid framgå tydligt att det är en kreditförmedlare som marknadsför krediten när så är fallet. En kreditförmedlare bör inte på något sätt ge intryck av att denne tillhandahåller krediter. Det bör också tydligt framhållas i kreditförmedlarens marknadsföring vilka kreditgivare som kreditförmedlaren samarbetar med.

Om kreditförmedlaren inte avser att förmedla konsumentens kreditansökan till alla kreditgivare som denne har samarbete med, bör konsumenten få information om detta i marknadsföringen. Vilka kreditgivare som får ta del av konsumentens ansökan kan vara av stor betydelse. Information om vilka kreditgivare som får ta del av konsumentens förfrågan och hur eventuella krediterbjudanden presenteras för konsumenten, bör betraktas som väsentlig information.

Konsumenten bör få ta del av alla de erbjudanden som lämnats till kreditförmedlaren från kreditgivarna. Konsumenten bör själv få avgöra vilket erbjudande som är mest passande för dennes ekonomiska situation. Även information om att kreditgivare inte lämnar erbjudande eller svarat bör lämnas vidare till konsumenten.