Konsument verket • KO

PM

Datum 2020-12-09

Dnr 2020/818

Granskning av kreditförmedlares marknadsföring av krediterbjudanden

1. Bakgrund

Kreditförmedling är en marknad som tilltagit under de senaste åren och det har blivit allt mer vanligt att konsumenter använder sig av kreditförmedlingstjänster. Mot bakgrund av detta vill Konsumentverket säkerställa att de krediterbjudanden som kreditförmedlare presenterar för konsumenter innehåller korrekt och väsentlig information. Kreditförmedlare och deras information kan användas som underlag för att jämföra olika krediterbjudanden, det är därför betydelsefullt för konsumentkollektivet att korrekt och väsentlig information lämnas innan ett affärsbeslut fattas. Ett affärsbeslut fattas redan då konsumenter väljer att inhämta mer information om ett erbjudande. Ur ett rättsligt perspektiv är det således inte tillräckligt att information finns tillgänglig hos kreditgivare utan den ska även lämnas av kreditförmedlare. Om informationen inte lämnas korrekt riskerar konsumenter att ingå kreditavtal på bristande grunder.
För att inte påverka konsumenters affärsbeslut är det dessutom av stor vikt att kreditförmedlares marknadsföring är måttfull och inte lockar konsumenter till oöverlagda beslut.

2. Metod och avgränsning

I granskningen har Konsumentverket valt ut tio[1] kreditförmedlare vars marknadsföring av krediterbjudanden har granskats. Granskningen har utgått från de krediterbjudanden som kreditförmedlarna lämnat till konsumenter under följande datum: 15 januari, 15 april och 15 juli år 2020. Granskningen fokuserar därmed på erbjudandenas utformning efter ansökan. Samtliga kreditförmedlare har, efter verkets begäran, skickat in aktuellt marknadsföringsmaterial till myndigheten. Verket har således endast granskat

[1] Advisa AB, Axo Finans AB, Compricer AB, Direkto AB, Enklare Ekonomi Sverige AB, Freedom Finance Kreditservice AB, Lendo AB, Likvidum AB, Sambla AB och Svensk Låneförmedling AB.

Postadress	Fakturaadress	Besöksadress	Telefon/Fax	E-post/webbadress	Bankgiro	Org.nr
Box 48 651 02 Karlstad	FE 64 838 73 Frösön	Tage Erlandergatan 8A	0771-42 33 00 054-19 41 95	konsumentverket@konsumentverket.se www.konsumentverket.se	5050-2806	202100-2064

det inskickade materialet dvs. de erbjudanden som konsumenten erhåller efter ansökan. Granskningen fokuserar på måttfullhetskravet i 6 a § konsumentkreditlagen (2010:1846), KkrL, och informationskraven i 7 § och 7 b § KkrL.

Resultatet redovisas på en översiktlig nivå och granskningen är inte uttömmande. Konsumentverket kan därför i framtiden komma att ha ytterligare synpunkter utöver de som redogörs för i denna promemoria.

3. Rättslig reglering

3.1 Konsumentkreditlagens omfattning (1 § KkrL)

Av 1 § KkrL framgår att lagen gäller kredit som en näringsidkare lämnar eller erbjuder en konsument. Lagen gäller också kredit som lämnas eller erbjuds en konsument av någon annan än en näringsidkare, om krediten förmedlas av en näringsidkare som ombud för kreditgivaren.

En näringsidkare är en fysisk eller juridisk person som handlar för ändamål som har samband med den egna näringsverksamheten, se 2 § KkrL. Med näringsidkare avses såväl den som lämnar, eller övertar, en kredit som den som förmedlar en kredit som ombud för kreditgivaren, se förarbetena till KkrL (prop. 2009/10:242 s. 86). Termen näringsidkare ska i likhet med annan lagstiftning tolkas i vidsträckt mening. Näringsidkarens verksamhet behöver inte vara särskilt inriktad på kreditgivning för att lagen ska bli tillämplig (prop. 1976/77:123 s. 152).

Med begreppen ”lämnas” eller ”erbjuds” menas att lagen är tillämplig såväl vid avtal om krediter som vid marknadsföring av krediter (prop. 2009/10:242 s. 85). En konsument definieras som en fysisk person som handlar huvudsakligen för ändamål som faller utanför näringsverksamheten, se 2 § KkrL.

3.2 Måttfull marknadsföring (6 a § KkrL)

Av 6 a § KkrL framgår att måttfullhet ska iakttas vid marknadsföring av krediter. Marknadsföring som strider mot måttfullhetskravet ska vid tillämpningen av 5, 23 och 26 §§ marknadsföringslagen (2008:486), MFL, anses som otillbörlig. 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. Vid bedömningen ska hänsyn bland annat tas till om krediten framställs så att den missleder kunden om de ekonomiska konsekvenserna av krediten. Krediten får heller inte locka kunden till att fatta ett oöverlagt beslut om att binda sig för krediten eller framställas som en

bekymmersfri lösning på kundens eventuella ekonomiska problem (prop. 2017/18:72 s. 49 ff).

Enligt måttfullhetsbestämmelsen bör marknadsföring av en kredit i princip vara helt neutral i den meningen att den bör överlåta åt kunden själv att avgöra i vad mån krediten är förmånlig för honom eller henne. En utgångspunkt bör vara att innehållet i marknadsföringen ska ge en saklig, balanserad och vederhäftig presentation av den marknadsförda krediten. Även marknadsföring som innehåller konkret information om kreditvillkoren kan framhäva aspekter hos krediten på ett sätt som minskar konsumentens förutsättningar att fatta ett genomtänkt affärsbeslut (prop. 2017/18:72 s. 50).

Syftet med bestämmelsen är bland annat att marknadsföringen ska ta större hänsyn till de generella riskerna med konsumentkrediter och minska risken för att marknadsföringen av krediter lockar konsumenter till oöverlagda beslut (prop. 2017/18:72 s. 51).

I Marknadsdomstolens dom MD 2007:17 framhålls vad som krävs för att en marknadsföringsåtgärd, vars innehåll avser kreditens snabba karaktär, ska anses som otillbörlig. Marknadsdomstolen anger att det bör tas i beaktande huruvida ”*snabbheten*” att erhålla krediten är påträngande eller har en mer framträdande och avgörande plats i marknadsföringen.

3.3 Informationskrav (7 § KkrL)

Av 7 § KkrL framgår att näringsidkaren vid all marknadsföring beträffande kreditavtal ska lämna information om den effektiva räntan för krediten. Ett kreditavtal är ett avtal om lån, kontokredit, betalningsanstånd eller liknande, se 2 § KkrL. För att det ska anses vara marknadsföring av ett kreditavtal krävs att det är fråga om något så när bestämt eller individualiserat krediterbjudande (prop. 2009/10:242 s. 92). Det kan handla om ett visst belopp, tid eller om standardiserade former såsom olika former av sparlån där kreditbeloppet och kredittiden varierar inom vissa ramar (prop. 1976/77:123 s. 90). Att kreditbeloppet, kredittiden och kostnaderna kan variera men ändå anses vara ett krediterbjudande understryks särskilt i förarbetena (prop. 1976/77:123 s. 160–161).

Om någon annan räntesats eller sifferuppgift än den effektiva räntan anges i marknadsföringen ska näringsidkaren, i enlighet med 7 § 2 st. KkrL, dessutom lämna information om:

- krediträntan, samt om denna är bunden eller rörlig,
- avgifter och andra kostnader som utgör en del av kreditkostnaden,
- kreditbeloppet,
- kreditavtalets löptid,

- det sammanlagda belopp som ska betalas av konsumenten och antalet avbetalningar och storleken på dessa, och
- kontantpriset och den kontantinsats som krävs vid kreditköp.

Med kreditränta menas räntekostnaden per år för den vid varje tid obetalda delen av skulden angiven som en ränta, se 2 § KkrL. Krediträntan får således inte anges som månadsränta (prop. 1991/92:83 s. 115).

Information enligt 7 § 1-2 st. KkrL ska lämnas med angivande av ett representativt exempel. Med ett representativt exempel avses den vanligaste förekommande kreditsituationen som kan förutses (prop. 2009/10:242 s. 92). Vidare ska information enligt 7 § 1-2 st. KkrL lämnas i marknadsföringen. Det är inte tillräckligt att hänvisa till något annat ställe där informationen kan erhållas, t.ex. en hemsida (prop. 2009/10:242 s. 92). Informationen ska även lämnas på ett klart, kortfattat och framträdande sätt, se 7 § 4 st. KkrL. Det innebär att informationen t.ex. inte får anges med förminskad textstorlek (prop. 2009/10:242 s. 93 och prop. 2015/16:197 s. 255).

Information enligt paragrafen utgör väsentlig information enligt 11 § KkrL och 10 § 3 st. MFL. Av 10 § 3 st. MFL följer att marknadsföringen är vilseledande om näringsidkaren utelämnar väsentlig information i marknadsföringen av sin egen eller någon annans näringsverksamhet. Med vilseledande utelämnande avses även sådana fall när den väsentliga informationen ges på ett oklart, obegripligt, tvetydigt eller annat olämpligt sätt.

Enligt 8 § MFL är marknadsföring som är vilseledande enligt 10 § MFL att anse som otillbörlig om den påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut. Enligt 3 § MFL definieras affärsbeslut som ett beslut som fattas av en konsument eller en näringsidkare om huruvida, hur och under vilka förutsättningar en produkt ska köpas, om hela eller delar av köpesumman ska betalas, om produkten ska behållas eller överlåtas, eller om en avtalsenlig rättighet i samband med produkten ska utnyttjas, oavsett om konsumenten eller näringsidkaren beslutar att handla eller att avstå från att handla. Enligt Marknadsdomstolen är det även ett affärsbeslut om konsumenten bestämmer sig för att vidta en ytterligare åtgärd med anledning av ett reklammeddelande, t.ex. besöka en butik eller en webbplats för att inhämta mer information, se MD 2010:8.

3.4 Informationskrav högkostnadskrediter (7 b § KkrL)

Enligt 7 b § KkrL ska en näringsidkare vid marknadsföring av kreditavtal avseende en högkostnadskredit lämna en särskild upplysning med information om att marknadsföringen avser en högkostnadskredit. Upplysningen ska också innehålla information om riskerna med skuldsättning och om var konsumenten kan vända sig för stöd i budget- och skuldfrågor. Av 2 § KkrL framgår att en högkostnadskredit är en kredit med en effektiv ränta som minst uppgår till

referensräntan enligt 9 § räntelagen (1975:635) med ett tillägg av 30 procentenheter. Undantag från bestämmelsen har gjorts för krediter som huvudsakligen avser kreditköp eller är en bostadskredit.

Av Konsumentverkets föreskrifter om näringsidkares upplysningsskyldighet vid marknadsföring av högkostnadskrediter (KOVFS 2019:1) framgår av 1–3 §§ att upplysningen ska innehålla följande information:

”**Det här är en högkostnadskredit**
Om du inte kan betala tillbaka hela skulden riskerar du en betalningsanmärkning. För stöd, vänd dig till budget- och skuldrådgivningen i din kommun. Kontaktuppgifter finns på hallåkonsument.se.”.

Av 4 § föreskriften framgår att upplysningen ska markeras med en särskild röd symbol som ska vara minst lika hög som tre av textraderna i upplysningen. Upplysningen ska dessutom lämnas med svart text mot vit bakgrund, på en framträdande plats i marknadsföringen och i samtliga steg under ansökningsprocessen, se 5 § samma föreskrift.

Information enligt föreskriften utgör väsentlig information enligt 11 § KkrL och 10 § 3 st. MFL. Av 10 § 3 st. MFL följer att marknadsföringen är vilseledande om näringsidkaren utelämnar väsentlig information i marknadsföringen av sin egen eller någon annans näringsverksamhet. Med vilseledande utelämnande avses även sådana fall när den väsentliga informationen ges på ett oklart, obegripligt, tvetydigt eller annat olämpligt sätt.

Enligt 8 § MFL är marknadsföring som är vilseledande enligt 10 § MFL att anse som otillbörlig om den påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

4. Resultat

4.1 Konsumentkreditlagens omfattning (1 § KkrL)

Innan marknadsföringen av kreditförmedlarnas erbjudanden kan bedömas utifrån kraven i KkrL krävs en prövning om lagen omfattar kreditförmedlare. Konsumentverket anser att kreditförmedlare som marknadsför krediter omfattas av 1 § KkrL. Samtliga kreditförmedlingsverksamheter som granskats drivs av juridiska personer som handlar för ändamål som har samband med den egna näringsverksamheten. Kreditförmedlarna förmedlar krediter i syfte att driva egen näringsverksamhet. Enligt verket är det tydligt att lagstiftaren använt begreppet ”näringsidkare” för att vidga lagens omfattning och inkludera fler aktörer än endast kreditgivare. Kreditförmedlarna lämnar inte några krediter och är därmed inte att anse som kreditgivare men betraktas däremot som näringsidkare som marknadsför och förmedlar krediter, därmed blir lagen

tillämplig. Samtliga kreditförmedlare som granskats riktar även marknadsföringen mot konsumenter då de erbjuder konsumentkrediter.

4.2 Måttfull marknadsföring (6 a § KkrL)

Konsumentverket har under granskningen uppmärksammat brister hos några kreditförmedlare avseende måttfullhetskravet.

De flesta kreditförmedlare presenterar kundens erbjudanden i tabeller. Det är Konsumentverkets uppfattning att kreditförmedlarna själva väljer var i tabellen de olika erbjudandena placeras, d.v.s. högre upp eller längre ned i tabellen. Verket har uppmärksammat att vissa kreditförmedlare markerat krediterbjudanden med ord som ”bäst”, ”enklast” samt ”billigast”. Vidare har verket uppmärksammat att några bolag valt ut ett erbjudande som presenteras högst upp i tabellen och som markeras med texten ”rekommenderas”. Bolagen har dock inte utvecklat hur urvalsprocessen gått till eller vad rekommendationen bygger på. Det framgår således inte för konsumenten vad som har beaktats vid den aktuella bedömningen utan konsumenten får förlita sig på att kreditförmedlaren rekommenderar det bästa alternativet för denne utan vidare förklaring.

Enligt måttfullhetskravet bör marknadsföring av en kredit i princip vara helt neutral i den meningen att den bör överlåta åt kunden själv att avgöra i vad mån krediten är förmånlig för honom eller henne. Konsumentverket anser inte att benämningar som ”bäst”, ”enklast” eller ”billigast” är att betrakta som neutrala och sakliga. Det saknas dessutom information om uttryckens innebörd. Det får även anses vara vedertaget att vad som bedöms som “bäst” eller “enklast” är högst individuellt för den enskilde. Vilseledande eller överdrivna uppgifter om krediten och dess förmånlighet är inte att anse som måttfullt och återhållsamt. Verket anser inte att ovannämnda formuleringar ska ges en framträdande plats i marknadsföringen då marknadsföring med sådana uttryck inte kan anses vara neutral och saklig. Vidare anser verket att formuleringarna är ägnade att påverka konsumentens beslutsförmåga då marknadsföringen inte överlåter åt kunden att själv avgöra huruvida krediten är förmånlig för denne eller inte. Marknadsföringen kan även locka konsumenter till att fatta oöverlagda beslut då konsumenter kan uppfatta ett erbjudande som benämnts som “bäst” eller “enklast” som extra förmånligt och således avstå från att jämföra erbjudandet med andra erbjudanden.

Konsumentverket har vidare uppmärksammat att några kreditförmedlare inkluderat information beträffande hur snabbt krediten kan erhållas. Informationen är mer eller mindre framträdande hos aktuella kreditförmedlare men enligt verket är det tydligt att bolagen önskar att framhäva möjligheten till snabb utbetalning. Verket uppmärksammade även att en av kreditförmedlarna beskrev utbetalningsprocessen som “normalsnabbt”, “snabbt” eller “direkt”. Lagstiftningen hindrar inte bolag från att informera konsumenter om kreditens olika aspekter och villkor men det är viktigt att detta sker på ett sakligt sätt.

Vidare bör inte omständigheten att krediten kan erhållas snabbt särskilt framhållas i marknadsföringen, se Marknadsdomstolens dom MD 2007:17. Detta då sådana uttryck i kombination med dess framträdande placering framställer krediten som en bekymmersfri lösning på konsumentens eventuella ekonomiska problem. Marknadsföringen kan även locka konsumenten till att fatta ett oöverlagt beslut om att binda sig för krediten. Konsumenten kan i detta avseende uppfatta krediten som en enkel och snabb lösning på ekonomiska problem och således lockas att ingå ett kreditavtal utan att tänka på de ekonomiska konsekvenserna.

Sammanfattningsvis anser Konsumentverket att marknadsföring som framhäver snabb utbetalning eller inkluderar uttryck som “rekommenderar”, “bäst”, “billigast” "enklast” eller dylikt inte är att anse som måttfull och således är att betrakta som otillbörlig. Detta då en sådan marknadsföring bland annat kan locka konsumenter till oöverlagda beslut.

4.3 Informationskrav (7 § KkrL)

Samtliga kreditförmedlare i granskningen omfattas av informationskravet i 7 § KkrL. Avseende informationskravet har brister uppmärksammats i samtliga kreditförmedlares krediterbjudanden.

Samtliga kreditförmedlare har underlåtit att lämna information i enlighet med 7 § KkrL. De flesta kreditförmedlare presenterar krediterbjudandena i en tabell där konsumenten ges översiktlig information, såsom lånebelopp och återbetalningstid, om varje individuellt erbjudande. Denna individualiserade information om krediten är att anse som viktig för att konsumenten ska kunna fatta ett välgrundat affärsbeslut. Detta då informationen är anpassad utifrån den enskilde konsumentens behov och ansökan. Den individualiserade informationen kan dock inte likställas med ett representativt exempel. Detta då det representativa exemplet ska återspegla den vanligaste förekommande kreditsituationen som kan förutses vilket inte är detsamma som information baserad på den enskilde konsumentens behov. Aktuell marknadsföring saknar således angivande av representativt exempel. Det representativa exemplet ska finnas med som ett komplement till de individualiserade uppgifterna direkt när en näringsidkare marknadsför ett kreditavtal. Det finns således inte något undantag från att lämna informationen i 7 § KkrL. Informationen ska vidare lämnas på ett klart, kortfattat och framträdande sätt. Konsumenten ska inte behöva vidta någon åtgärd för att ta del av informationen.

Konsumentverket anser sammanfattningsvis att kreditförmedlares marknadsföring är vilseledande om informationen i 7 § KkrL inte lämnas. Verket anser vidare att marknadsföringen påverkar eller sannolikt påverkar konsumentens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut vilket medför att marknadsföringen är att anse som otillbörlig enligt MFL.

4.4 Informationskrav högkostnadskrediter (7 b § KkrL)

Samtliga kreditförmedlare som granskats omfattas av informationskravet i 7 b § KkrL och KOVFS 2019:1 när de marknadsför ett kreditavtal avseende en högkostnadskredit. Konsumentverket har dock uppmärksammat brister hos en kreditförmedlare som marknadsför kreditavtal avseende högkostnadskrediter utan att lämna information enligt bestämmelsen och föreskrifterna. Bolaget har således inte lämnat någon information om att det är en högkostnadskredit, riskerna med skuldsättning och om vart konsumenten kan vända sig för stöd i budget- och skuldfrågor. Bolaget har heller inte markerat kreditavtalet med den särskilda symbol som ska anges vid marknadsföring av högkostnadskrediter. Informationen i upplysningen ska vara identisk med den information som anges i föreskriften.

Konsumentverket vill även i detta avseende påpeka att upplysningen ska lämnas på en framträdande plats i marknadsföringen. Verket anser inte att en upplysning lämnas tillräckligt framträdande om den exempelvis anges högst upp på en webbplats som innehåller flertalet kreditavtal från olika kreditgivare. Konsumenten måste i det avseendet ”*scrolla ned*” för att ta del av samtliga kreditavtal dvs. vidta en åtgärd vilket inte ska behövas. För att upplysningen ska lämnas tillräckligt framträdande ska upplysningen lämnas vid varje enskilt krediterbjudande som avser en högkostnadskredit.

Sammanfattningsvis anser Konsumentverket att kreditförmedlares marknadsföring är vilseledande om informationen enligt 7 b § KkrL inte lämnas korrekt eller utelämnas helt. Verket anser dessutom att marknadsföringen påverkar eller sannolikt påverkar konsumentens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut vilket medför att marknadsföringen är att anse som otillbörlig.

5. Sammanfattning

Konsumentverket har valt ut tio kreditförmedlare vars marknadsföring av krediterbjudanden har granskats. Granskningen har utgått från de krediterbjudanden som kreditförmedlarna lämnat till konsumenter under följande datum: 15 januari, 15 april och 15 juli år 2020. Samtliga kreditförmedlare har således, efter verkets begäran, skickat in aktuellt marknadsföringsmaterial till myndigheten. Granskningen fokuserar på måttfullhetskravet i 6 a § KkrL och informationskraven i 7 § och 7 b § KkrL. Samtliga kreditförmedlare som granskats omfattas av bestämmelserna.

Konsumentverket har uppmärksammat brister beträffande måttfullhetsbestämmelsen hos några kreditförmedlare. Kreditförmedlarna har i detta avseende benämnt vissa låneerbjudanden som ”bäst”, ”enklast” och ”billigast” utan att på något sätt specificera vad rekommendationerna bygger på. Verket anser att sådana uttryck varken är neutrala eller sakliga. Verket har

även uppmärksammat brister vad gäller framhävandet av snabbhetsargumentet.

Konsumentverket har också uppmärksammat brister hos samtliga kreditförmedlare gällande informationskravet i 7 § KkrL då ingen lämnar information enligt bestämmelsen. De flesta kreditförmedlare presenterar krediterbjudandena i en tabell där konsumenten endast ges översiktlig information om varje individuellt erbjudande. Däremot saknas ett representativt exempel som komplement till de individualiserade uppgifterna. Då kreditförmedlarna marknadsför kreditavtal ska fullständig information enligt bestämmelsen lämnas.

Konsumentverket har dessutom uppmärksammat en kreditförmedlare som inte uppfyller informationskravet i 7 b § KkrL. I detta avseende lämnar inte kreditförmedlaren någon information om att krediterbjudandet avser en högkostnadskredit, riskerna med skuldsättning och om vart konsumenten kan vända sig för stöd i budget- och skuldfrågor. Kreditförmedlaren har inte heller lämnat någon information i enlighet med verkets föreskrifter om upplysningsskyldighet vid marknadsföring av högkostnadskrediter.

6. Uppföljning

Promemorian har skickats till de kreditförmedlare som ingått i granskningen och övriga, för myndigheten kända, kreditförmedlare. Samtliga kreditförmedlare ombeds vidta nödvändiga åtgärder i de fall kreditförmedlaren berörs av påtalade brister. Kreditförmedlarna uppmanas att höra av sig till undertecknade om det uppkommer frågor med anledning av denna promemoria.

Konsumentverket kommer att följa upp denna tematiska granskning.
I verkets uppföljande granskning kan löpande tillsynsärenden mot specifika kreditförmedlare komma att öppnas.

Martin Olsson
Jurist

Rudina Muliqi
Jurist

Emelie Rogner
Jurist