

Rättsenhet
Martin Olsson
054-19 4006

Granskning av jämförelsesidors marknadsföring av krediter

1. Bakgrund

Konsumentverket har i sin omvärldsbevakning uppmärksammat flertalet jämförelsesidor av krediter. Jämförelsesidorna innehåller vanligtvis av näringsidkare som varken är kreditgivare eller kreditförmedlare. Genom verkets omvärldsbevakning har också flertalet brister gällande jämförelsesidornas marknadsföring uppmärksamats. Det är betydelsefullt för konsumentkollektivet att korrekt och väsentlig information lämnas innan ett affärsbeslut fattas då jämförelsesidor med sådan information utgör ett bra underlag för konsumenters möjlighet att jämföra krediter. Ett affärsbeslut fattas redan då konsumenten väljer att inhämta mer information om ett erbjudande. Ur ett rättsligt perspektiv är det således inte tillräckligt att information finns tillgänglig på den webbplats som konsumenten skickas vidare till. För att inte påverka konsumentens affärsbeslut är det dessutom betydelsefullt att jämförelsesidornas marknadsföring är måttfull och inte lockar konsumenten till oöverlagda beslut.

2. Metod och avgränsning

I granskningen har Konsumentverket valt ut åtta jämförelsesidor¹ vars marknadsföring på respektive webbplats har granskats. Granskningen fokuserar på måttfullhetskravet i 6 a § konsumentkreditlagen (2010:1846), KkrL, och informationskraven i 7 § och 7 b § KkrL. Verket har dessutom granskat om informationen enligt 8 § lag (2002:562) om elektronisk handel och andra informationssamhällets tjänster, e-handelslagen, lämnas korrekt. Granskningen har utgått från den information som jämförelsesidorna presenterar på respektive webbplats. Marknadsföringen har därefter bedömts utifrån relevant lagstiftning och praxis.

¹ www.lanapengar.com, www.snabblan24.nu, www.sverigekredit.se, www.hittasmlan.com, www.cashloans.nu, www.fair-laan.se, www.nocredit.se och www.bank24.nu.

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 andra lagstiftningar 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). 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.

3.5 Informationskrav e-handelslagen (8 § e-handelslagen)

E-handelslagen gäller informationssamhällets tjänster och påbörjande och utövande av verksamheter som rör sådana tjänster, se 1 § e-handelslagen. Marknadsföring online är en informationssamhällets tjänst även om sådan endast indirekt betalas av konsumenterna som kollektiv. Vidare omfattas även avgiftsfria tjänster som sökmotorer, informationstjänster m.m. som finansieras med exempelvis reklamintäkter, se förarbetena till den lagen (prop. 2001/02:150 s. 56–57).

När en tjänsteleverantör tillhandahåller informationssamhällets tjänster ska leverantören bland annat lämna information om sitt namn, sin adress i etableringsstället och sin e-postadress, se 8 § 1 st. e-handelslagen. Informationen ska finnas tillgänglig för tjänstemottagare och myndigheter på ett enkelt, direkt och stadigvarande sätt, se 8 § 3 st. e-handelslagen.

Informationen enligt paragrafen utgör väsentlig information enligt 15 § e-handelslagen 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 Konsumentverket kan bedöma huruvida jämförelsesidornas marknadsföring motsvarar de krav som uppställs i KkrL krävs en prövning om lagen omfattar näringsidkare som tillhandahåller jämförelsesidor. Verket bedömer att jämförelsesidor som marknadsför krediter omfattas av 1 § KkrL.

Detta då jämförelsesidorna drivs av personer eller företag som handlar för ändamål som har samband med den egna näringsverksamheten. Informationen som förmedlas på jämförelsesidorna lämnas i syfte att driva den egna näringsverksamheten. Termen näringsidkare ska vidare, enligt förarbetena, tolkas i vidsträckt mening. Enligt verket är det tydligt att lagstiftaren använt begreppet "näringsidkare" för att vidga lagens omfattning och inkludera fler aktörer än endast kreditgivare. Jämförelsesidorna lämnar inte några krediter och är därmed inte att anse som kreditgivare men betraktas däremot som näringsidkare som marknadsför krediter, därmed blir lagen tillämplig. Samtliga jämförelsesidor som granskats riktas även mot konsumenter då det endast är konsumentkrediter som marknadsförs.

4.2 Måttfull marknadsföring (6 a § KkrL)

Konsumentverket har under granskningen uppmärksammat några jämförelsesidor vars marknadsföring inte är att anse som måttfull. Den främsta bristen som verket uppmärksammat är ett starkt framhävande av snabbhetsargumentet. Snabbhetsargumentet har uppmärksamrats på framträdande platser i marknadsföringen genom rubrikform och fetmarkerad textstil. Verket anser inte att formuleringar som framställer en kredit som snabb ska ges en framträdande plats i marknadsföringen. 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 konsekvenserna.

Konsumentverket har även uppmärksammat att några av jämförelsesidorna marknadsför krediter genom angivande av frånräntesatser. Verket anser att en frånräntesats kan missleda konsumenten om de ekonomiska konsekvenserna av den ifrågavarande krediten. Detta då samtliga konsumenter inte har möjlighet att erhålla den angivna frånräntesatsen vilket kan innebära en sämre creditsituation än den som marknadsförs. En frånräntesats kan även locka konsumenter till att fatta oöverlagda beslut då konsumenter kan uppfatta ett erbjudande med frånräntesats som extra lukrativt. Verkets ståndpunkt gällande frånräntesatser kommer även återspeglas i verkets allmänna råd om konsumentkrediter (KOVFS 2020:1) som träder i kraft 1 juli 2020.

Sammanfattningsvis anser Konsumentverket att marknadsföring som framhäver snabbhetsargumentet eller använder frånräntesats 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 jämförelsesidor som granskats omfattas av informationskravet i 7 § KkrL. Konsumentverket har dock uppmärksammat brister på samtliga jämförelsesidor i detta avseende. Som verket tidigare nämnt under avsnitt 3.3 har begreppet marknadsföring av kreditavtal en vidsträckt innebörd. Det räcker således med att näringsidkaren presenterar någon form av sifferuppgift såsom kreditbelopp eller kredittid för att bestämmelsen ska bli tillämplig.

Flertalet av de jämförelsesidor som granskats lämnar inte någon information överhuvudtaget enligt 7 § KkrL. Enstaka jämförelsesidor lämnar viss information dock inte fullständig då flertalet av de informationspunkter som anges i 7 § 2 st. KkrL inte uppfylls. Konsumentverket vill i detta avseende poängtera att informationen ska lämnas på ett klart, kortfattat och framträdande sätt. Enligt verket ska informationen lämnas direkt i anslutning till övriga sifferuppgifter tillhörande ett visst krediterbjudande. Det är inte heller tillräckligt att ange informationen i förminskad textstil eller i försvagad textfärg. Konsumenten ska således inte behöva vidta någon åtgärd för att ta del av informationen. Ett representativt exempel är den vanligaste förekommande kreditsituationen för respektive näringsidkare. Jämförelsesidorna kan därför inte tillämpa samma representativa exempel för samtliga bolag.

Några av jämförelsesidorna presenterar dessutom informationen om krediträntan som månadsränta. Informationen om krediträntan ska anges som årsränta. Ur ett konsumentperspektiv är det av yttersta vikt att samtliga näringsidkare presenterar krediträntan som årsränta så att konsumenten enkelt kan jämföra de aktuella krediterbjudandena.

Sammanfattningsvis anser Konsumentverket att jämförelsesidors marknadsföring är vilseledande om informationen enligt 7 § KkrL inte lämnas korrekt eller inte lämnas överhuvudtaget. 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.

4.4 Informationskrav högkostnadskrediter (7 b § KkrL)

Samtliga jämförelsesidor som granskats omfattas av informationskravet i 7 b § KkrL. Konsumentverket har dock uppmärksammat brister hos samtliga jämförelsesidor i detta avseende. Majoriteten av jämförelsesidorna lämnar inte någon upplysning överhuvudtaget. Någon jämförelsesida lämnar upplysningen högst upp ovanför samtliga kreditgivare. Verket anser inte att en upplysning lämnas tillräckligt framträdande om den endast anges högst upp på en webbplats som innehåller flertalet kreditavtal från olika kreditgivare eller kreditförmedlare. Konsumenten måste i detta avseende ”scrolla ned” för att ta del av samtliga kreditavtal. För att upplysningen ska lämnas tillräckligt framträdande ska upplysningen lämnas vid varje enskilt krediterbjudande som

avser en högkostnadskredit. Det räcker således inte med att informationen anges högst upp på webbplatsen. Om ett kreditavtal avseende en högkostnadskredit marknadsförs med ett räntespann och att den effektiva räntan i något avseende överstiger gränsen för att vara en högkostnadskredit så ska upplysningen lämnas.

Konsumentverket har även uppmärksammat att några jämförelsesidor korrigerat innehållet i upplysningen i förhållande till föreskriften. Upplysningen lämnas då inte korrekt då informationen ska vara identisk med den information som anges i föreskriften.

Sammanfattningsvis anser Konsumentverket att jämförelsesidors 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.

4.5 Informationskrav e-handelslagen (8 § e-handelslagen)

Jämförelsesidorna omfattas av e-handelslagen då aktuella tjänster faller inom begreppet "*informationssamhällets tjänster*". Mot bakgrund av detta ska samtliga jämförelsesidor lämna information enligt 8 § e-handelslagen.

Konsumentverket har uppmärksammat att flertalet av jämförelsesidorna inte lämnar korrekt information. Några av jämförelsesidorna lämnar inte någon information om namn och adress. I samtliga fall lämnas dock information om jämförelsesidans e-postadress. Informationen ska lämnas på ett enkelt sätt för tjänstemottagare och myndigheter. Majoriteten av jämförelsesidorna lämnar inte informationen på ett enkelt sätt då informationen placerats svårtillgängligt.

Sammanfattningsvis anser Konsumentverket att jämförelsesidors marknadsföring är vilseledande om informationen enligt 8 § e-handelslagen inte lämnas korrekt eller inte lämnas överhuvudtaget. 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 åtta jämförelsesidor vars marknadsföring på respektive webbplats har granskats. Granskningen fokuserar på måttfullhetskravet i 6 a § KkrL och informationskraven i 7 § och 7 b § KkrL. Verket har dessutom granskat om informationen enligt 8 § e-handelslagen

lämnas korrekt. Samtliga jämförelsesidor som granskats omfattas av bestämmelserna.

Konsumentverket har uppmärksammat brister hos samtliga jämförelsesidor som omfattats av granskningen. Snabbhetsargumentet har uppmärksammat på framträdande platser i marknadsföringen genom rubrikform och fetmarkerad textstil vilket inte är att anse som måttfullt. Några jämförelsesidor använder även frånräntesatser vilket verket inte heller anser vara måttfullt. Flertalet jämförelsesidor lämnar inte korrekt information enligt informationskraven i KkrL. I detta avseende har verket uppmärksammat jämförelsesidor som inte lämnar något representativt exempel och som inte lämnar någon upplysning om att vissa krediter är högkostnadskrediter. Det finns även jämförelsesidor som lämnat viss information enligt aktuella bestämmelser men denna är dock inte fullständig. Verket har dessutom uppmärksammat några jämförelsesidor som inte lämnar korrekt information enligt e-handelslagen då uppgifter om namn och adress i etableringsstället saknas. Majoriteten av jämförelsesidorna lämnar heller inte informationen på ett enkelt sätt då informationen placerats svårtillgängligt.

Konsumentverket planerar att följa upp granskningen under våren 2021. I verkets uppföljande granskning kan löpande tillsynsärenden mot specifika näringsidkare som tillhandahåller jämförelsesidor komma att öppnas. Vid uppföljningen kan även andra marknadsföringskanaler såsom sociala medier och annonser på andra webbplatser komma att granskas.

6. Uppföljning

Konsumentverket planerar att följa upp denna tematiska granskning under våren 2021. I verkets uppföljande granskning kan löpande tillsynsärenden mot näringsidkare som tillhandahåller specifika jämförelsesidor komma att öppnas. Vid uppföljningen kan även andra marknadsföringskanaler såsom sociala medier och annonser på andra webbplatser komma att granskas.

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

Martin Olsson
Jurist