

Remisspromemoria till KOVFS 2019:XX

Sammanfattning

Konsumentverket har reviderat Konsumentverkets allmänna råd gällande konsumentkrediter (KOVFS 2011:1). I den reviderade versionen har Konsumentverket gjort förändringar avseende innehållet och de allmänna råden kompletteras med denna promemoria.

Innehållsförteckning

Remisspromemoria till KOVFS 2019:XX.....	1
Sammanfattning.....	1
1. Inledning.....	3
1.1 Kort bakgrund.....	3
1.2 De allmänna rådens status.....	3
1.3 Konsumentkreditlagen.....	3
1.4 Borttaget vid revidering.....	4
2. De reviderade allmänna råden.....	4
2.1 Ny disposition.....	4
2.2 Inledande bestämmelser.....	5
2.3 God kreditgivningssed och måttfullhet vid marknadsföring.....	5
2.3.1 Till 6 § - God kreditgivningssed.....	5
2.3.2 Till 6 a § - Måttfullhet vid marknadsföring.....	8
2.4 Information vid marknadsföring.....	10
2.4.1 Till 7-8 §§ - Information vid marknadsföring och innan ett avtal ingås.....	10
Telefonförsäljning av kredit.....	11
2.5 Kreditprovning.....	11
2.5.1 Till 12-13 §§ - Kreditprovning.....	11
Kontroll av inhämtade uppgifter.....	13
Beräkning av konsumentens återbetalningsförmåga.....	14
2.7 Kreditförmedlare.....	14
2.7.1 Till 48 § - Vissa skyldigheter för kreditförmedlare.....	14

1. Inledning

1.1 Kort bakgrund

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

Konsumentverket har i de nya allmänna råden enbart med skrivningar som utgör allmänt råd till skillnad från befintliga allmänna råd som innehåller både lagtext, propositionstext samt praxis.

Konsumentverkets uppfattning är att de bolag som tillhandahåller konsumentkrediter förväntas ha kunskap om gällande rätt. Det gör att de delar av råden som utgjorts av lagtext, propositionstext samt praxis nu plockas bort i kommande allmänna råd.

1.2 De allmänna rådens status

Marknadsdomstolen har tidigare funnit att Konsumentverkets allmänna råd om konsumentkrediter, KOVFS 2004:6, punkten 2.3.3, angående ”Återhållsamhet och måttfullhet”, som gällde t.o.m. den 30 januari 2011, gav uttryck för god sed vid marknadsföring av krediter (se bl.a. MD 2010:30 och jfr MD 1988:20)

Dessa föreskrifter har med verkan fr.o.m. den 1 februari 2011 överförts till Konsumentverkets nu gällande allmänna råd om konsumentkrediter, KOVFS 2011:1, punkten 2.2.2, med de ändringarna att krediten inte får framställas på ett sätt som kan missleda konsumenten om de ekonomiska följderna, eller ge intryck av att den erbjudna krediten inte innebär någon eller endast ringa, belastning på ekonomin och att möjligheten att snabb kredit inte får ges en framträdande plats i marknadsföringen (kursiveringarna införda här). Marknadsdomstolen finner att även den nya lydelsen av dessa råd ger uttryck för god sed vid marknadsföring av krediter.

1.3 Konsumentkreditlagen

Konsumentkreditlagen (2010:1846, KkrL) bygger på Europaparlamentet och rådets direktiv 2008/48/EG om konsumentkreditavtal. I konsumentkreditlagen har även delar av Europaparlamentets och rådets direktiv 2014/17/EU om kreditavtal som avser bostadsfastighet samt SOU

2018:68 Stärkt konsumentskydd på marknaden för högkostnadskrediter implementerats.

Konsumentverket är tillsynsmyndighet över marknadsföring och avtalsvillkor oavsett typ av kredit. Vidare är Konsumentverket tillsynsmyndighet anseende kreditprövning för de bolag som har tillstånd som konsumentkreditinstitut. Tillsynen över konsumentkreditlagen delas därmed mellan Konsumentverket och Finansinspektionen.

De delar av Konsumentverkets allmänna råd om konsumentkrediter som avser god kreditgivningssed, måttfullhet samt information vid marknadsföring och innan ett avtal ingås är tillämpliga på alla typer av kredit till konsument. Vad gäller de allmänna råd som Konsumentverket lämnar avseende kreditprövning är dessa avsedda för de bolag över vilka Konsumentverket är tillsynsmyndighet.

1.4 Borttaget vid revidering

Konsumentverket har som ovan nämnts vid denna revidering av KOVFS 2011:1 tagit bort den del av de allmänna råden som var direkt hänförlig till befintlig eller äldre lagstiftning, till nuvarande eller tidigare författningskommentarer och till praxis.

Istället krävs det nu att den näringsidkare som vill marknadsföra eller erbjuda krediter till konsumenter har kunskap om gällande rätt.

Exempel på delar som plockats bort i de nya allmänna råden då de enbart redogjorde för gällande rätt är

- Snabbhetsargument i marknadsföring av kredit
- Kontantinsats vid kreditköp
- Antaganden vid beräkningar av effektiv ränta
- Ångerrätt
- Överlåtelse av fordran och förtidsinbetalning
- Återtagande rätt vid kreditköp av en vara

2. De reviderade allmänna råden

2.1 Ny disposition

Konsumentverket föreslår i de reviderade allmänna råden en ny disposition. Skälet är att det ska bli lättare att förstå de allmänna råd som Konsumentverket

tillhandahåller gällande konsumentkrediter. Dispositionen i de nu gällande allmänna råden (KOVFS 2011:1) gör att läsaren själv måste förstå vad som är ett allmänt råd, vad som kommer från lagtext, vad som är hämtat från nuvarande och äldre propositioner samt vad som följer av domstolspraxis.

Konsumentverkets bedömning är att de reviderade allmänna råden blir tydligare i sin utformning.

2.2 Inledande bestämmelser

I den inledande bestämmelsen beskrivs de allmänna rådens omfattning och tillämpning i förhållande till annan lagstiftning.

Både Konsumentverket och Finansinspektionen har allmänna råd som gäller vid kreditgivning till konsument vilket gör att näringsidkare som tillhandahåller kredit till konsumenter bör förhålla sig till båda myndigheternas allmänna råd.

2.3 God kreditgivningssed och måttfullhet vid marknadsföring

2.3.1 Till 6 § - God kreditgivningssed

Förslag till allmänt råd

Näringsidkaren bör på lämpligt sätt försäkra sig om att konsumenten har förstått de förklaringar avseende viktiga delar av avtalet som har lämnats.

Kommentar

Av 6 § KkrL framgår att näringsidkaren i sitt förhållande till konsumenter ska iaktta god kreditgivningssed. Näringsidkaren ska därvid ta till vara konsumentens intressen med tillbörlig omsorg och ge de förklaringar som konsumenten behöver.

Av prop. 2009/10:242 s. 91 framgår att det finns en förklaringskyldighet för näringsidkaren men inte någon skyldighet att lämna råd.

Förklaringskyldigheten innebär att näringsidkaren ska lämna de förklaringar som konsumenten behöver för att avgöra om det aktuella avtalet passar dennes behov och ekonomiska situation.

Konsumentverket anser inte att förklaringskyldigheten är tillräcklig ur ett konsumentperspektiv utan anser även att näringsidkaren bör kontrollera att konsumenten har förstått innebörden av kreditavtalet.

Förslag till allmänt råd

Om en kreditgivare finansierar ett köp av en vara eller tjänst som en annan näringsidkare tillhandahåller och marknadsför bör kreditgivaren verka för att näringsidkaren i sin marknadsföring av krediten uppfyller gällande bestämmelser om informationskrav vid marknadsföring.

Kommentar

Konsumentverket anser att det är viktigt att den som erbjuder konsumenten en kredit har de kunskaper som krävs för att kunna erbjuda krediten. Kreditgivare bör därför verka för att näringsidkare och dess anställda har de kunskaper som krävs för att lämna de förklaringar som krävs enligt 6 § KkrL så att konsumenten kan få svar på eventuella frågor samt få de förklaringar avseende krediten som kredittagaren har rätt till och behöver känna till för att kunna fatta ett välgrundat affärsbeslut.

Se även avsnittet om kreditförmedlare i p. 2.7.1.

Förslag till allmänt råd

Vid kreditköp bör återbetalningstidens längd inte överstiga varans livslängd. För varor där teknikutvecklingen är snabb bör detta särskilt beaktas.

Vid återbetalningstidens bestämmande bör hänsyn tas till kreditbeloppet och ett lägre belopp bör därmed motsvaras av kortare löptid.

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

Kommentar

Konsumentverket anser att det är viktigt att hänsyn tas till vilken produkt som finansieras genom en kredit och att näringsidkaren inte bör erbjuda återbetalningstider som överstiger den normala livslängden för en produkt. På samma sätt bör näringsidkaren inte erbjuda långa återbetalningstider för små 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.

Förslag till allmänt råd

Vid fakturabetalning bör inget annat belopp än det avtalade marknadsföras i anslutning till det avtalade beloppet.

Information om möjlighet till annan betalningsplan än vad som avtalats bör inte ges en framträdande plats på fakturan.

Om kreditavtalet medger en möjlighet att välja belopp att betala t.ex. vid en kreditkortsfaktura, bör kreditgivaren välja den totala utestående skulden som förifyllt belopp. Om det inte är möjligt bör kreditgivaren lämna fältet för belopp tomt.

Kommentar

Vid val av betalning har konsumenten innan avtalsingående ofta flera betalningsalternativ att välja på. Konsumentverket anser att konsumenten gör ett aktivt val anseende betalningsalternativ, d.v.s. fakturabetalning, val av delbetalningsalternativ i samband med avtalsingående och därför anser Konsumentverket att konsumentens val ska respekteras av kreditgivaren.

Konsumentverkets uppfattning är att konsumenten ingår ett separat avtal om betalning samtidigt som ett köpeavtal för en vara eller en tjänst ingås.

Vid marknadsföring av ett nytt delbetalningsbelopp som ger en längre återbetalningstid med andra avtalsvillkor är att anse som ett nytt kreditavtal och det bör inte marknadsföras i anslutning till det avtalade återbetalningsbeloppet.

För de fall en konsument väljer faktura som betalningsalternativ finns undantag från till exempel kreditprövning. Undantaget gäller endast om fakturakrediten ska återbetalas på tre månader och är förbunden med en obetydlig avgift.

Vidare bör inte heller möjligheten till ändrad avbetalningsplan lyftas fram på fakturan på ett framträdande sätt i syfte att locka konsumenter att genomföra ändringar i befintligt kreditavtal som skulle kunna bli dyrare för konsumenten.

För de fall konsumenten använder ett kreditkort eller liknande där konsumenten faktureras månadsvis och själv kan välja vilket belopp som ska inbetalas bör kreditgivaren inte lyfta fram det belopp som enligt villkoren är det lägsta att betala. Kreditgivaren bör istället välja den totala utestående skulden som förifyllt belopp om det inte är möjligt att lämna fältet för belopp oifyllt och överlåta till konsumenten att själv göra ett aktivt val avseende vilket belopp som ska betalas.

Förslag till allmänt råd

Om konsumenten utnyttjar en så kallad betalningsfri månad bör kreditgivaren informera om konsekvenserna av att en betalningsfri månad utnyttjats och skuldsaldot därmed har ökat med ränta och eventuella avgifter för den betalningsfria månaden.

Vid första aviseringen efter utnyttjandet av en betalningsfri månad bör det framgå hur den betalningsfria månaden påverkat skuldsaldot.

Kommentar

Konsumentverket anser att det klart och tydligt bör framgå hur en betalningsfri månad kommer att påverka konsumenten i samband med att konsumenten väljer att utnyttja möjligheten. I samband med nästkommande avisering bör det tydligt framgå hur den betalningsfria månaden har påverkat konsumentens skuldsaldo och kreditutrymme i syfte att uppmärksamma konsumenten på detta och undvika missförstånd.

2.3 2 Till 6 a § - Måttfullhet vid marknadsföring

Förslag till allmänt råd

Vid marknadsföring av en kredit bör det inte samtidigt erbjudas någon form av gåva eller deltagande i tävling till den som ansöker om eller beviljas en kredit.

Vid marknadsföring av kredit bör det inte erbjudas någon form av ekonomisk kompensation till konsumenten, varken vid kreditavtalets ingående eller vid utnyttjande av krediten.

Kommentar

Konsumentverket anser inte att det är måttfullt att i samband med marknadsföring av kredit erbjuda gåvor i någon form eller deltagande i tävlingar/utlottningar till dem som väljer att ansöka om krediten.

Vidare anser Konsumentverket att det inte är måttfullt att i marknadsföring locka konsumenter att teckna ett kreditavtal eller att använda en kredit genom att erbjuda ekonomisk ersättning vid utnyttjande av krediten.

Konsumentverket anser dock inte att en procentuell återbäring så som till exempel bonusprogram som utgår vid användande av ett betal- eller kreditkort omfattas.

Förslag till allmänt råd

Möjligheten att få ett snabbt besked bör inte framhållas i marknadsföringen utan att det samtidigt och på ett lika framträdande sätt lyfts fram att beskedet kan vara antingen ett beviljande eller ett avslag.

Kommentar

Enligt MD 2008:3 får inte möjligheten att erhålla en kredit snabbt inte lyftas fram som ett avgörande argument i en näringsidkares marknadsföring av en kredit. Numera är det vanligt att näringsidkare i sin marknadsföring framhåller att konsumenten erhåller ett snabbt besked. Konsumentverket anser att näringsidkare, i sin marknadsföring, samtidigt bör lämna information som gör konsumenten uppmärksam på att beskedet inte behöver innebära att den ansökta krediten beviljas.

Förslag till allmänt råd

Vid fortlöpande krediter eller kontokrediter bör inte det outnyttjade kreditutrymmet framhållas.

Kommentar

Konsumentverket anser att det inte är måttfullt att, varken muntligt eller skriftligt, upplysa konsumenten om att en befintlig kredit inte är till fullo utnyttjad.

Förslag till allmänt råd

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

Kommentar

Den effektiva räntan är en möjlighet för konsumenter att jämföra olika krediter och ska enligt konsumentkreditlagen finnas med i all marknadsföring av kreditavtal. Vid en räntefri kredit bör räntan betraktas som noll procent vilket innebär att regler om effektiv ränta.

Förslag till allmänt råd

En näringsidkare bör i marknadsföring inte framhålla frånräntesatser. Om en frånränta anges i marknadsföringen bör även ett räntespann presenteras.

Kommentar

Konsumentverkets uppfattning är att marknadsföring där frånräntan lyfts fram kan vilseleda konsumenten i frågan om vilken ränta som kan komma att erhållas. Därför anser konsumentverket att kreditgivare bör avstå från att marknadsföra krediter med en frånränta. 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 ska innehålla uppgift om den lägsta respektive högsta ränta som kreditgivaren kan komma att erbjuda konsumenterna.

Förslag till allmänt råd

Kreditgivare bör avstå från att bifoga ansökningsformulär vid direktreklam av en kredit, oavsett om marknadsföringen riktar sig direkt till en specifik konsument eller inte.

Kreditgivare bör även i marknadsföring avstå från uttryck som ger konsumenten uppfattning om att krediten redan är beviljad eller att kreditgivaren redan prövat om konsumenten har en återbetalningsförmåga.

Måttfull och neutral information är särskilt viktig vid utformningen av marknadsföringsmaterial som ska användas vid marknadsföring utanför affärslokal.

Kommentar

Konsumentverket anser att det är viktigt att marknadsföring av krediter inte lockar konsumenter till att fatta oöverlagda beslut om att teckna sig för en kredit. Därför anser Konsumentverket att kreditgivare inte bör bifoga ansökningsformulär vid riktad marknadsföring av kredit. Marknadsföringsmaterialet bör heller inte ge intryck av att kreditgivaren redan gjort någon form av kreditprövning eller liknande.

2.4 Information vid marknadsföring

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

Förslag till allmänt råd

Vid angivande av det representativa exemplet bör exemplet lämnas med angivande av datum för när antagandet/beräkningen fastställdes. Vidare bör det representativa exemplet ses över och uppdateras var tredje månad.

Kommentar

Konsumentverket anser att det representativa exemplet bör anges tillsammans med datum för när exemplet togs fram. Kreditgivare bör se över det angivna representativa exemplet och vid behov uppdatera var tredje månad. Vid behov kan det representativa exemplet uppdateras oftare.

Förslag till allmänt råd

Utan att konsumenten efterfrågar det, bör näringsidkaren förklara vad som händer vid betalningsdröjsmål, särskilt i de fall då ett dröjsmål medför väsentligen ändrade villkor.

Kommentar

Av 8 § konsumentkreditlagen framgår vilken information som ska lämnas till en konsument innan ett kreditavtal ingås. Informationen ska lämnas i ett standardiserat dokument som är fullharmoniserat inom Europeiska Unionen (EU). Formuläret får inte ändras och information får inte läggas till eller tas bort.

Det finns dock ytterligare information i ett kreditavtal som kan vara av särskild betydelse för konsumenten, information som inte omfattas av SEKKI-blanketten. Exempel på sådan information är villkor om vad som händer om

konsumenten återbetalar ett felaktigt belopp eller är i dröjsmål med sin inbetalning. Att inte betala korrekt belopp i rätt tid kan få ekonomiska konsekvenser som för den enskilde konsumenten kan vara svåra att överblicka.

Konsumentverket anser därför att villkor och information som kan antas ha stor betydelse för konsumenten bör lyftas fram särskilt i marknadsföring eller senast innan kreditavtalet ingås.

Telefonförsäljning av kredit

Förslag till allmänt råd

I de fall kreditavtal marknadsförs till konsumenter genom telefonförsäljning är det av särskild vikt att näringsidkaren beaktar vad som ovan sägs om god kreditgivningssed och måttfullhet. Näringsidkaren bör även försäkra sig om att konsumenten förstår den information som lämnas i samtalet.

Kommentar

Vid telefonförsäljning av en kredit hamnar konsumenterna i en särskilt utsatt situation vilket gör att näringsidkaren måste till att försäljningen sker måttfullt och enligt god kreditgivningssed. Vidare är det viktigt att näringsidkaren försäkras om att konsumenten förstår den information som lämnas i samtalet.

2.5 Kreditprövning

2.5.1 Till 12-13 §§ - Kreditprövning

Inhämta av uppgifter

Förslag till allmänt råd

Den kreditsökande konsumentens ekonomiska förutsättningar att fullgöra kreditavtalet bör normalt bedömas mot bakgrund av:

Inkomst: Uppgift om aktuell inkomst samt typ av inkomst bör inhämtas direkt ifrån konsumenten.

Utgifter: Konsumenten bör ges tillfälle att lämna uppgifter om sina månatliga utgifter vid ansökan. Om konsumenten ingår i ett hushåll med flera personer bör den del av utgifterna som konsumenten ansvarar för inhämtas. Vidare bör även uppgift om boendekostnad alltid inhämtas direkt ifrån konsumenten. För att säkerställa att konsumenten förstår vilka utgifter som omfattas kan dessa exemplifieras i samband med ansökningsprocessen.

Skulder: Konsumenten bör tillfrågas om månatliga betalningar avseende befintliga skulder.

Kreditgivaren bör även inhämta en kreditupplysning.

Kommentar

De allmänna råd som lämnas i dessa KOVFS avseende kreditprövning gäller för de bolag som har tillstånd enligt Lag (2014:275) om viss verksamhet med konsumentkrediter (LVK), konsumentkreditinstitut, vilka står under Konsumentverkets tillsyn avseende kreditprövning. De gäller även för de bolag som annan anledning inte står under Finansinspektionens tillsyn avseende kreditprövning.

Frågan om kreditprövning har prövats i Högsta Förvaltningsdomstolen (HFD). Domen 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 kreditprövningen 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 krediter med låga belopp som endast beviljas stegvis upp till en högsta kreditgräns om 10 000 kr.

Domen avser därmed inte kreditprövningar 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 LVK-tillstånd inte är jämförbara med den typ av kredit som prövades i målet.

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 anser Konsumentverket att en kreditgivare bör inhämta uppgifter direkt från konsumenten om dennes ekonomi. Inhämtandet av uppgifter bör innehålla uppgift om konsumentens inkomst, utgifter samt befintliga skulder.

Inkomst: Kreditgivaren bör tydligt ange vid ansökan vilka uppgifter som avses, till exempel om det är netto- eller bruttoinkomst som ska anges.

Utgifter: Vad gäller utgifter bör det tydligt framgå vilka utgifter som avses och dessa bör för att underlätta för konsumenten delas upp i olika kategorier vid ansökningsen så att konsumenten i vart fall får möjlighet att särskilja boendekostnader från övriga månatliga utgifter.

Skulder: Eftersom det enbart är konsumenten som har fullständig kunskap om befintliga krediter och de månatliga kostnaderna för dessa så är det mycket

viktigt att kreditgivaren tydligt anger i ansökningsformuläret vilka uppgifter som avses gällande befintliga krediter och att konsumenten ges möjlighet att lämna dessa. Kreditgivaren bör efterfråga informationen på så sätt att konsumenten förstår att det är månatliga totala kostnad för samtliga befintliga krediter som ska uppges, det vill säga kreditkostnad och amortering.

Kontroll av inhämtade uppgifter

Förslag till allmänt råd

Inkomst: Den av konsumenten uppgivna inkomsten bör kontrolleras mot taxerad inkomst. Vid osäkerhet om uppgifterna stämmer eller vid större avvikelse mot taxerad inkomst bör lönespecifikationer inhämtas.

Utgifter: Näringsidkaren bör för att kontrollera konsumentens egna uppgifter använda Konsumentverkets beräkningar för hushållets kostnader. Näringsidkaren bör vara medveten om att dessa beräkningar inte omfattar samtliga utgifter som en konsument kan förväntas ha. Det bör även vara möjligt att använda andra myndigheters beräkningar av levnadskostnader.

Skulder: Om kreditgivaren får uppgift om konsumentens tidigare kreditansökningar från annan än konsumenten bör kreditgivaren kontrollera detta mot de av konsumenten lämnade uppgifterna samt ställa kontrollfrågor gällande ansökningarna. Detta i syfte att kontrollera hur många av förfrågningarna som lett till beviljade krediter.

Kommentar

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

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

Utgifter: De kostnadsberäkningar som Konsumentverket¹² och andra myndigheter tagit fram är i huvudsak avsedda för andra ändamål, att bland annat beräkning av existensminimum, än för att användas vid kreditgivares beräkningar av konsumentens återbetalningsförmåga vid en kreditprövning. Det innebär att beräkningarna är lågt räknade och delvis saknar vissa utgiftsposter. Konsumentverket anser dock att det är möjligt att vid en skälighetsbedömning jämföra de av konsumenten lämnade uppgifterna mot de

¹ Kan hämtas från Konsumentverkets publikationer.

<https://publikationer.konsumentverket.se/privatekonomi/rapport-2018-5-konsumentverkets-berakningar-av-referensvarden>

² <https://www.konsumentverket.se/om-konsumentverket/vart-arbete/privatekonomi/kostnadsberakningar/hushallets-kostnader/>

kostnadsberäkningar som finns framtagna, men att kreditgivaren bör ta hänsyn till att vissa utgifter inte omfattas av beräkningarna och därmed skapa egna schabloner för dessa utgiftsposter.

Skulder: Konsumentens uppgifter om befintliga skulder är den uppgift i kreditprövningen som kreditgivaren inte har någon eller väldigt liten möjlighet att kontrollera. Om kreditgivaren i en kreditupplysning får uppgift om tidigare kreditförfrågningar bör däremot dessa uppgifter kontrolleras genom kontrollfrågor till konsumenten. Detta särskilt om konsumenten inte lämnat uppgift om några andra krediter i sin ansökan.

Beräkning av konsumentens återbetalningsförmåga

Förslag till allmänt råd

De uppgifter som inhämtas från konsumenten och andra källor bör ligga till grund för en "kvar att leva på kalkyl" (KALP), för att pröva om konsumenten har betalningsutrymme för den sökta krediten.

Kommentar

Som nämnts ovan krävs det att konsumenten har en framtida återbetalningsförmåga för att en kredit ska beviljas. Konsumentverket anser att en beräkning av konsumentens ekonomi i en kvar att leva på kalkyl ger kreditgivaren en möjlighet att bedöma om det finns utrymme i konsumentens ekonomi för att återbetala krediten och därmed kunna bevilja en sådan.

Konsumentverkets uppfattning är att en marginal i kvar att leva på kalkylen bör uppställas av varje enskild kreditgivare. Det innebär att det bör vara upp till varje kreditgivare att själv bestämma hur stor del av det befintliga betalningsutrymmet som den sökta krediten får belasta.

2.7 Kreditförmedlare

2.7.1 Till 48 § - Vissa skyldigheter för kreditförmedlare

Förslag till allmänt råd

Det bör klart och tydligt framgå av marknadsföringen att det rör sig om kreditförmedling. Det bör även tydligt framgå vilken eller vilka kreditgivare som förmedlaren samarbetar med.

Om konsumentens ansökan inte skickas till kreditförmedlarens samtliga samarbetspartners bör konsumenten få information om detta särskilt.

Det bör även framgå hur konsumenten får ta del av de krediterbjudanden som lämnas.

När kreditförmedling sker genom uppsökande verksamhet på distans eller utanför

affärslokal bör kreditförmedlaren eller dennes representant inte ge konsumenten intryck av att ha kännedom om konsumentens befintliga låne- eller ekonomiska situation.

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.

För de fall kreditförmedlaren initierar kontakten med konsumenten bör kreditförmedlaren aldrig ge konsumenten intryck av att ha kunskap om konsumentens ekonomi såsom befintlig creditsituation.