

## **Till Konsumentverkets föreskrifter om näringsidkares upplysningsskyldighet vid marknadsföring av högkostnadskrediter**

### **Sammanfattning**

Beslutspromemorian till Konsumentverket föreskrifter om näringsidkares upplysningsskyldighet vid marknadsföring av högkostnadskrediter syftar till att ge förklaringar till KOVFS 2019:1. Föreskrifterna tydliggör hur den särskilda upplysningen ska lämnas i samband med marknadsföring av kreditavtal för högkostnadskrediter. Syftet med upplysningsskyldigheten även att konsumenter i ett tidigt skede ska uppmärksamma att krediten har en hög kostnad. Konsumenten ska även få information om vart denne kan vända sig för stöd i budget- och skuldrelaterade frågor.

Upplysningen kombineras med en symbol för att ytterligare uppmärksamma konsumenten om att det är fråga om en högkostnadskredit.

Föreskrifterna träder ikraft den 1 juli 2019.

## Innehållsförteckning

1. Inledning .....	3
1.1 Bakgrund .....	3
2. Föreskriftens utformning.....	3
2.1 Högskostnadskredit .....	4
2.2 Riskinformation .....	5
2.3 Stöd i budget och skuldfrågor.....	5
2.4 Symbolinformation .....	6
2.5 Hur upplysningen ska lämnas .....	7
2.6 Tid för ikraftträdande.....	8

## 1. Inledning

### 1.1 Bakgrund

Konsumentverket har tilldelats föreskriftsrätt enligt förordning (2018:479) om näringsidkares upplysningsskyldighet vid marknadsföring av högkostnadskrediter. Föreskriftsrätten omfattar innehållet i upplysningen samt hur informationen ska lämnas i marknadsföringen.

Marknadsföring av alla slags krediter till konsumenter ska vara måttfull. Det innebär t.ex. att konsumenter inte ska uppmanas eller att lockas att ingå ett kreditavtal. Krediter som faller in under definitionen av högkostnadskredit har tidigare bedömts särskilt riktas till konsumenter med en svagare ekonomi. Av förarbetena till konsumentkreditlagen (2010:1846), KkrL, prop. 2017/18:72 s. 42–43 framgår att hänsyn bör tas till att högkostnadskrediter ofta erbjuds högriskkonsumenter som har mindre marginaler i sin ekonomi eller som tidigare har haft problem att betala i rätt tid och att det därmed finns anledning att överväga särskilda åtgärder inriktade på dessa slags krediter.

I utredningen om högkostnadskrediter (SOU 2016:68) uttalas att konsumenten genom en särskild upplysning får bättre möjligheter att stanna upp i sitt beslutsfattande, se över sin ekonomi, sätta sig in i sina kreditåtagandet och inse följderna av inte kunna betala tillbaka ett eventuellt lån i tid. Av prop. 2017/18:72 s. 43 framgår att liknande upplysningar förekommer vid marknadsföring av krediter i andra EU-länder.

Upplysningen ska lämnas vid all marknadsföring av kreditavtal avseende högkostnadskrediter. Det innebär även att upplysningen ska lämnas under pågående kreditavtal eller vid efterköpssituationer som t.ex. vid fakturering om näringsidkaren erbjuder en ny kredit eller när en förlängning av en kredit marknadsförs.

## 2. Föreskriftens utformning

Konsumentverkets uppfattning är att det är viktigt att den särskilda upplysningen lätt kan uppfattas av konsumenten och att den inte försvinner i den övriga information som ska lämnas. Konsumentverket anser att upplysningen ska förenas med en symbol dels för att den lätt ska uppmärksammas av konsumenten och dels för att upplysningen ska kunna identifieras oavsett var krediten marknadsförs.

## 2.1 Högkostnadskredit

### Föreskrift

Vid marknadsföring av kreditavtal avseende högkostnadskredit ska en särskild upplysning om att krediten är en högkostnadskredit lämnas, upplysningen ska lämnas med fet textstil.

***”Det här är en högkostnadskredit”***

### Kommentar

Av förordningen framgår att upplysningen ska innehålla information om att *”Det här är en högkostnadskredit”*. Genom informationen får konsumenterna direkt kännedom om att aktuell kredit är förenad med en hög kostnad.

Upplysningen ska lämnas av näringsidkaren i all marknadsföring av kreditavtal oavsett medium, visuellt som muntligt. Begreppet medium ska tolkas extensivt och omfattar samtliga kanaler där marknadsföring förekommer såsom webbplatser, radio, tv, sociala medier mm. Det finns således inte något undantag från att lämna upplysningen.

Om en näringsidkare marknadsför en kredit muntligt så motsvarar symbolen i föreskriften ordet *”observera”*. Med begreppet muntligt avses t.ex. marknadsföring via radio, telefon, podd, eller andra kanaler där konsumenten inte visuellt kan ta del av informationen.

Upplysningsskyldigheten omfattar samtliga näringsidkare som marknadsför kreditavtal avseende högkostnadskrediter. Begreppen näringsidkare och kreditavtal definieras utifrån 2 § KkrL. Vad som avses med marknadsföring framgår av tidigare förarbeten till KkrL, se bland annat prop. 2009/10:242 s. 92. Det bör även tilläggas att begreppet affärsbeslut har fått en vidsträckt innebörd i Marknadsdomstolen. Det räcker att en konsument med anledning av marknadsföringen väljer att inhämta mer information om erbjudandet för att det ska anses vara ett affärsbeslut, se Marknadsdomstolens dom MD 2010:8.

## 2.2 Riskinformation

### Föreskrift

Upplysningen ska innehålla följande riskinformation:

*”Om du inte kan betala tillbaka hela skulden  
riskerar du en betalningsanmärkning.”*

### Kommentar

Av förordningen framgår att Konsumentverket får meddela ytterligare  
föreskrifter om innehållet i upplysningen i fråga om riskerna med skuldsättning.

Det är viktigt att informationen är kort och tydlig och att den motiverar  
konsumenten att tänka över och beräkna sin återbetalningsförmåga innan  
beslut om att ansöka om krediten fattas.

Upplysningarna följer enligt Konsumentverket vad som kommer av  
föreskriftsrätten.

Efter remissinstanserna yttranden har Konsumentverket gjort ändringar i  
riskinformationens utformning. Riskinformation har kortats ned och reviderats  
till att upplysa om vad som händer om kredittagaren inte kan betala tillbaka  
skulden.

## 2.3 Stöd i budget och skuldfrågor

### Föreskrift

Upplysningen ska också innehålla följande information  
om budget- och skuldrådgivning:

*”För stöd, vänd dig till budget- och  
skuldrådgivningen i din kommun.  
Kontaktuppgifter finns på [hallåkonsument.se](http://hallåkonsument.se).”*

### Kommentar

Av förordningen framgår också att Konsumentverket tilldelats föreskriftsrätt  
gällande innehållet i upplysningen om vart konsumenten kan vända sig för stöd  
i budget- och skuldfrågor.

Enligt socialtjänstlagen (2001:453) ska en kommun lämna budget- och  
skuldrådgivning. Konsumenten ska därför få information om att de kan få stöd

i sådana frågor i respektive hemkommun. Konsumenten ska också få information om att kontaktuppgifter till budget- och skuldrådgivningen finns på respektive kommuns webbplats. Upplysningen ska även innehålla en hänvisning till webbplatsen [hallåkonsument.se](http://hallåkonsument.se) för att underlätta inhämtandet av kontaktuppgifter till budget- och skuldrådgivare.

## 2.4 Symbolinformation

### Föreskrift

Upplysningen ska markeras med nedanstående symbol



### Kommentar

Enligt förordningen får Konsumentverket meddela föreskrift om innehållet i upplysningen samt hur upplysningen ska lämnas i marknadsföringen. Av prop. 2017/18:72 s.45 framgår att upplysningen bör vara så kortfattad och tydlig som möjligt. En sådan utformning torde öka förutsättningarna för att upplysningen kan särskiljas och uppfattas av konsumenten. För att upplysningen ska vara godtagbar ur ett tryck- och yttrandefrihetsrättsligt perspektiv är utgångspunkten dessutom, enligt regeringens mening, att upplysningen endast bör ha ett sakligt innehåll och att den inte får vara av åsiktspåverkande eller opinionsbildande karaktär.

Vidare bör det vid framtagandet av föreskrifterna beaktas att upplysningen ska vara så klar och framträdande som möjligt för att konsumenterna ska kunna särskilja den från annan information. Även näringsidkarnas intresse av att upplysningen inte ska orsaka dem omotiverade kostnader eller hinder bör beaktas, se prop. 2017/18:72 s.45.

Konsumentverkets uppfattning är att upplysningen tillsammans med föreslagen symbol ökar förutsättningarna att konsumenter uppmärksammar upplysningen. Konsumentverket anser att upplysningen är saklig även om den kombineras med ovanstående symbol. Symbolens syfte är att väcka uppmärksamhet och särskilja informationen från övrig information i marknadsföringen.

För att upplysningen ska uppfylla syftet d.v.s. att konsumenter ska uppmärksammas på att den marknadsförda krediten är en högkostnadskredit anser Konsumentverket att symbolen ska ha viss utformning. Verkets uppfattning är därför att symbolen ska

- a. vara lika hög som minst tre av textraderna i upplysningen, samt
- b. presenteras i valfri nyans av röd

Symbolen motsvaras av ordet ”*observera*” vid muntlig marknadsföring t.ex. radioreklam, se vidare avsnitt 2.5.

För att minimera eventuella kostnader och underlätta för näringsidkaren kommer Konsumentverket tillhandahålla upplysningen som förberedd HTML-kod. Denna kan sedan läggas in på webbplatsen i fråga. Texter, symbol och HTML kan laddas ner från: <https://www.konsumentverket.se/for-foretag/>

## 2.5 Hur upplysningen ska lämnas

### Föreskrift

Upplysningen ska lämnas enligt nedan



**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 [hallakonsument.se](http://hallakonsument.se).

- a. med svart text mot vit bakgrund,
- b. på en framträdande plats i marknadsföringen, och
- c. i samtliga steg under ansökningsprocessen.

### Kommentar

- a. Med svart text mot vit bakgrund,

Upplysningen ska lämnas med svart text mot vit bakgrund för att tydligt uppmärksamma konsumenter på informationen. Om upplysningen inte lämnas enligt ovan riskerar informationen att bli mindre uppmärksam av konsumenter.

- b. på en framträdande plats i marknadsföringen, och

Upplysningen får inte ges i förminskad textstorlek eller försvagad textfärg. Informationen om att ”**Det här är en högkostnadskredit**” ska markeras

särskilt i fet textstil. Upplysningen får inte ges en sådan utformning eller placering att den i förhållande till andra uppgifter om kreditprodukten blir mindre uppmärksammas av konsumenten. Konsumenten ska inte behöva vidta några åtgärder för att ta del av upplysningen exempelvis vid scrollning på en webbplats. Konsumenten ska således inte ha några svårigheter att ta del av upplysningen.

För att symbolen ska anses vara framträdande krävs att den är lika hög som minst tre av textraderna i upplysningen. Symbolen ska presenteras i valfri nyans av röd se avsnitt 2.4.

Vid muntlig marknadsföring ska upplysningen framföras på ett sådant sätt att konsumenten inte har några svårigheter att ta del av informationen. Upplysningen ska lämnas i inledningen av den muntliga marknadsföringen.

Att upplysningen lämnas framträdande är av stor vikt för öka konsumentens riskmedvetenhet och ge konsumenten möjlighet att överväga sitt lånebehov och sin ekonomiska situation. En upplysning som inte lämnas framträdande kan riskera att förbises av konsumenten.

c. i samtliga steg under ansökningsprocessen.

Upplysningen ska lämnas i samtliga steg i den digitala ansökningsprocessen för att säkerställa att konsumenten tagit del av informationen. En konsument som inte uppmärksammat upplysningen i marknadsföringen har därmed möjlighet att ta del av informationen under ansökningsprocessen. Med hela ansökningsprocessen avses samtliga steg som konsumenten genomgår för att kunna ansöka om krediten digitalt. Upplysningen ska även i detta avseende lämnas på en framträdande plats.

## **2.6 Tid för ikraftträdande**

Föreskriften träder ikraft den 1 juli 2019.

Efter remissinstansernas yttranden har Konsumentverket ändrat tiden för ikraftträdandet. Datumet för ikraftträdandet av KOVFS 2019:1 är den 1 juli 2019. Anledningen till detta är att aktörerna på marknaden ska få ytterligare tid att korrigera respektive marknadsföringsåtgärd.