

Sveriges Annonsörer

Konsumentverket
Dnr 2024/1386

konsumentverket@konsumentverket.se

Remissyttrande – förslag till Konsumentverkets föreskrifter om näringsidkares upplysningsskyldighet vid marknadsföring av konsumentkrediter

Om oss

Sveriges Annonsörer är intresseorganisationen för landets annonsörer och bildades 1924. Sveriges Annonsörer har cirka 400 medlemsföretag/organisationer som tillsammans står för drygt hälften av de samlade reklam- och medieinvesteringarna i Sverige. Som intresseorganisation bistår vi medlemmarna att arbeta med ansvarsfull och sund marknadsföring som skapar effekt för deras varumärken. Sveriges Annonsörer är medlemmar i World Federation of Advertisers (WFA).

Inledning

Sveriges Annonsörer delar lagstiftarens målsättning att säkerställa en hög nivå av konsumentskydd vad gäller marknadsföring av krediter. Vi har dock vissa synpunkter på de informationskrav som ställs i de föreslagna föreskrifterna, bland annat vad gäller längden på den kravställda informationstexten. Sveriges Annonsörers bedömning är att vissa justeringar sannolikt kan göras utan att konsumentskyddet försämras.

Informationstextens utformning

I och med en ändring konsumentkreditlagen (2010:1846) kommer de informationskrav vid marknadsföring av kreditavtal som tidigare endast gällde för högkostnads krediter att även gälla vid marknadsföring av andra konsumentkrediter. Konsumentverket har genom förordning (2018:479) om näringsidkares upplysningsskyldighet vid marknadsföring av konsumentkrediter en möjlighet att enligt 3 § meddela vissa kompletterande föreskrifter till 7 b § i konsumentkreditlagen.

Enligt den nya 7 b § i konsumentkreditlagen ska näringsidkare vid marknadsföring av kreditavtal lämna information om att en kredit medför kostnader för konsumenten, om riskerna med skuldsättning och vart konsumenten kan vända sig för att få stöd i budgetfrågor. I sitt förslag till nya föreskrifter överförs, med vissa tillägg, samtliga de informationskrav som tidigare endast gällde för högkostnads krediter till att gälla i förhållande till även andra krediter. Detta inkluderar exempelvis vissa former av räntefria krediter och kreditköp.

Näringsidkaren ska vid marknadsföring av kreditavtal enligt den nya utformningen av 7 b § konsumentkreditlagen lämna en särskild upplysning med information om att en kredit medför

Sveriges Annonserer

kostnader för konsumenten. Upplysningen ska också innehålla information om riskerna med skuldsättning och om vart konsumenten kan vända sig för att få stöd i budget- och skuldfrågor.

Genom förordningen ovan ges Konsumentverket möjlighet att meddela föreskrifter om innehållet i upplysningen i fråga om riskerna med skuldsättning och om vart konsumenten kan vända sig för att få stöd i budget- och skuldfrågor.

Sveriges Annonserer ser att mängden information som krävs utifrån de nu föreslagna föreskrifterna kan medföra en utmaning för såväl marknadsförare som konsumenter. Detta särskilt i kombination med övrig omfattande obligatorisk text som krävs vid marknadsföring av kreditavtal enligt 7 § konsumentkreditlagen. I många fall kan det dessutom tillkomma en hel del annan obligatorisk information, som vid marknadsföring av nya personbilar för vilka det krävs text om exempelvis koldioxidutsläpp och bränsleförbrukning. Det är därför av största vikt att den kravställda texten är koncis och ändamålsenlig, dels för att konsumenten ska kunna ta till sig innehållet, dels för att texten rent praktiskt ska kunna rymmas och göras läsbar i den aktuella marknadsföringen.

Den text som krävs enligt 7 b § i konsumentkreditlagen, förordningen och de föreslagna föreskrifterna är ”**Att låna kostar pengar!** Om du inte kan betala tillbaka hela skulden riskerar du en betalningsanmärkning. Det kan leda till svårigheter att få hyra bostad, teckna abonnemang och få nya lån. Om du behöver prata med någon om din ekonomi kan du vända dig till budget- och skuldrådgivningen i din kommun. Kontaktuppgifter finns på konsumentverket.se.”

Sveriges Annonserer föreslår att texten görs mer koncis, något som gagnar såväl marknadsförare som konsumenter. Texten kan exempelvis kortas ned utan ändrad innebörd med följande skrivning ”**Att låna kostar pengar!** Obetalda skulder kan leda till svårigheter att bland annat ta nya lån eller hyra bostad. Kontakta rådgivare i din kommun för stöd i budget- och skuldfrågor. Kontaktuppgifter finns på Konsumentverket.se”.

Upplysningens grafiska inslag och formgivning

Genom förordningen ovan ges Konsumentverket även en möjlighet att meddela föreskrifter om hur upplysningen 7 b § konsumentkreditlagen ska lämnas i marknadsföringen.

Enligt förslaget ska informationstexten ovan lämnas på ett framträdande sätt med svart text mot vit bakgrund och markeras med en symbol (en röd varningstriangel med ett rött utropstecken i mitten). Dessa krav är i stort sett oförändrade från vad som enligt de tidigare föreskrifterna gällde för högkostnadskrediter, men med undantaget att symbolen numera ska vara lika hög som minst fyra av textraderna i informationen (istället för som tidigare tre).

Sveriges Annonserer ställer sig frågande till om vissa av kraven på utformning, i synnerhet varningssymbolen och den vita bakgrund som informationstexten ska placeras mot, är lämpliga i förhållande till marknadsföring av även andra krediter än högkostnadskrediter. Bland annat kommer de förhållandevis stränga grafiska kraven att gälla generellt, även för krediter som möjligen är förknippade med mindre risk (än högkostnadskrediter). I remisspromemorian förekommer inget underlag som motiverar att samma krav ställs även i förhållande till dessa andra krediter varför Sveriges Annonserer ifrågasätter om de grafiska kraven på varningssignal och bakgrund är proportionerliga i förhållande till även dessa

Sveriges Annonörer

kreditformer. Därutöver vill Sveriges Annonörer belysa risken att dessa krav kan få konsekvensen att konsumenten fokuserar på denna informationstext och symbol snarare än exempelvis det representativa exempel om ränta och total kostnad som lämnas utifrån 7 § konsumentkreditlagen (eller annan väsentlig information).

Så kallad information overload bör sammanfattningsvis undvikas vid utformning av informationskrav, inte minst med tanke på att kraven annars riskerar att inte uppnå den önskade effekten att stärka konsumentskyddet.

Stockholm den 22 januari 2025

Hanna Riberdahl
VD

Ulrika Wendt
jurist

Jakob Rönnerbäck
jurist