



2018-01-10

Kod för ansvarsfull kreditgivning på konsumentkreditmarknaden

1. Bakgrund och målsättning

Konsumentkrediter fyller en viktig roll i ett fungerande samhälle. Genom att ta en kredit kan konsumenter fördela utgifter över tid. Även en person utan ett stort sparkapital kan köpa varor och tjänster när behov uppstår och betala tillbaka vid en senare tidpunkt när den egna ekonomin tillåter det.

Kortbetalningar har ökat i betydande grad under senare år. Många konsumenter väljer att koppla en kredit till kortet och får på så sätt ett tryggt betalningsmedel att använda både i fysiska betalningssituationer och vid e-handel. En del återbetalar t.ex. vid månadens slut, andra över en längre period.

Lagstiftning och praxis sätter ramar för hur krediter får marknadsföras, ställer krav på kreditprovningar och att marknadsaktörer i övrigt lever upp till krav på god kreditgivningssed. Aktuell lagstiftning för bankerna på området är:

- Konsumentkreditlagen (2010:1846)
- Marknadsföringslagen (2008:486)
- Lagen (2005:59) om distansavtal och avtal utanför affärslokaler
- Lagen (1994:1512) om avtalsvillkor i konsumentförhållanden
- Räntelagen (1975:635)
- Inkassolagen (1974:182)
- Lagen (1981:739) om ersättning för inkassokostnader mm.
- Kreditupplysningslagen (1973:1173)

Hur kreditmarknaden fungerar har uppmärksammats i olika sammanhang under senare år. Regeringen har presenterat en överskuldssättningsstrategi. En utredning har särskilt studerat marknaden för snabblån. Finansinspektionen och Konsumentverket har uppmärksammat att vissa aktörer på kreditmarknaden använder sig av säljmetoder som kan leda till att konsumenter tar krediter på ett sätt som inte är övertänt. Kreditförmedlare har särskilt uppmärksammats. Kronofogden



har vittnat om att det finns personer som tagit krediter vars villkor är utformade så att skulden för mycket små konsumtionskrediter växer snabbt.¹

Bankföreningens medlemmar följer givetvis gällande lagstiftning. Transparens och rimliga lånevillkor eftersträvas i syfte att ha nöjda kunder som inser konsekvenserna av de krediter de tar och kan betala tillbaka vad de lånat. Låga kreditförluster vittnar om en fungerande kreditgivningsprocess. Det är dock oroande om förtroendet för kreditmarknaden sjunker i ljuset av de problem som myndigheter och andra pekat på under senare år. Inte minst viktigt är det att enskilda konsumenter inte hamnar i en situation av överskuldsättning. Den som har stora skulder och har tappat kontrollen över sin ekonomi befinner sig i ett svårt och utsatt läge som påverkar hela livssituationen - familj, barn, vänner och arbete – och som det är besvärligt att ta sig ur.

Branschen har ett viktigt ansvar att agera etiskt på kreditmarknaden. Med denna kod för ansvarsfull kreditgivning på konsumentkreditmarknaden tar bankerna och bankernas finansbolag ytterligare steg för att värna konsumenterna och verka för ett ökat förtroende för kreditmarknaden. Det finns givetvis många andra aktörer som erbjuder krediter och som inte ingår i Bankföreningen, men medlemmarna vill med koden bidra till god kreditgivningssed, ta ansvar och gå före för god etik på konsumentkreditmarknaden.

Koden syftar till:

- En väl fungerande konsumentkreditmarknad.
- Att konsumenterna förstår när de ingår kreditavtalet vad det innebär och vad de har för förpliktelser.
- Att marknadsföring av konsumentkrediter inte är påträngande.
- Att branschen bidrar till att motverka överskuldsättning genom ansvarsfull kreditgivning.

Denna kod påverkar inte prissättning, produktutbud eller marknadsagerande på ett sådant sätt att den bedöms strida mot konkurrenslagstiftningen.

¹ Regeringens strategi mot överskuldsättning presenterades i budgetpropositionen för 2016. Utredningen om vissa konsumentkrediter lade fram sitt betänkande, Stärkt konsumentskydd på marknaden för högkostnadskrediter, SOU 2016:68, i oktober 2016. Finansinspektionen presenterade sin rapport Konsumentskyddet på finansmarknaden i maj 2017. Konsumentverket redovisade i maj 2016 slutsatserna från en tillsynsinsats mot 23 låneförmedlare. I juni 2017 publicerade Konsumentverket rapporten Granskning av betalning av e-faktura för kreditkort i internetbanken. Under 2017 är överskuldsättning ett av verkets temaområden.

2. Tillämpningsområde och definitioner

Krediter som omfattas

Koden avser konsumentkrediter inklusive kortkrediter.

Den gäller inte bostadskrediter enligt definitionen i 2 § konsumentkreditlagen.²

Kortkredit

Branschkoden omfattar kort till vilka det är kopplat en kredit.

Koden omfattar därmed inte debetkort där pengarna dras från det bankkonto som kortet är knutet till och det följaktligen inte rör sig om en kredit.

Kreditförmedlare

I koden avses med kreditförmedlare den som har tillstånd hos Finansinspektionen att bedriva kreditförmedling och som har detta som sin huvudsakliga aktivitet. Koden syftar till att bidra till att uppnå transparens när konsumenter, exempelvis per telefon eller internet, erbjuds konsumentkrediter av dessa förmedlare som vanligtvis erbjuder krediter från flera olika kreditgivare.

Koden omfattar följaktligen inte handlare som i samband med försäljning av varor och tjänster erbjuder finansieringslösningar.

3. Allmänt

- Bankens kreditgivning ska ske enligt gällande lagstiftning, t.ex. konsumentkreditlagen och marknadsföringslagen.
- Banken ska i sin marknadsföring och i såväl skriftlig som muntlig kontakt med konsumenten kommunicera tydligt och använda ett enkelt språk.

² bostadskredit:

- en kredit som är förenad med panträtt i fast egendom, tomträtt eller bostadsrätt eller liknande rätt eller som är förenad med motsvarande rätt i byggnad som inte hör till fastighet, eller

- en kredit som tas i syfte att förvärva eller behålla äganderätt till sådan egendom, om det inte är fråga om en tillfällig finansieringslösning under övergången till ett annat finansiellt arrangemang och krediten har en obestämd löptid eller ska återbetalas inom 12 månader,



4. Ränta och avgifter samt storlek på lån som beviljas

- Banken bör eftersträva transparens avseende avgifter: Det bör vara lätt att förstå vad krediten kostar. Verkliga kostnader för konsumenten bör inte döljas i en oöverblickbar avgiftsstruktur. Avgifter kan endast avse ersättning för kostnader för banken vilka är direkt hänförliga till den enskilda krediten. I övrigt betalas krediten med räntor.
- När konsumenten väljer fakturabetalning i samband med köp av en vara eller tjänst bör, i förekommande fall, betalningsalternativet delbetalning på fakturan erbjudas endast för belopp högre än 200 kr. Därmed lockas inte konsumenter ta lån avseende små belopp.

5. Marknadsföring

- Banken bör vara tydlig med vilken typ av kredit som marknadsförs.
- Marknadsföringen bör inte vara upplagd på ett sådant sätt att konsumenten tvingas ta snabba oöverlagda beslut.
- Tackar konsumenten nej till krediterbudandet bör beslutet respekteras.

Detta utesluter dock inte att en konsument som valt en typ av finansieringslösning, t.ex. fakturabetalning, senare när ett kundförhållande uppstått ges möjlighet att välja en annan typ av finansieringslösning, exempelvis genom att det på fakturan finns andra betalningsalternativ.

- Konsumenten bör tidigt i ansökningsprocessen informeras om att en kreditprövning kommer att ske.

6. Marknadsföringsmetoder

Bankföreningens medlemmar eftersträvar ett förtroendefullt långsiktigt förhållande till sina kunder. Det är en självklarhet att konsumenten förstår att han eller hon tar en kredit, inser konsekvenserna av detta och upplever kreditprocessen som transparent. Marknadsföringsmetoder som medför att konsumenten tar en kredit utan att vilja det ter sig främmande för bankerna och strävan bör vara att sådana situationer inte uppstår.



- Marknadsföring bör inte fokusera på hur snabbt krediten ges eller att konsumenten med lätthet kan komma att beviljas krediten.
- Konsumenten bör inte utsättas för påträngande erbjudanden om krediter.

Att erbjuda krediter till konsumenter då de befinner sig i eller i anslutning till en butik eller i en köpsituation, eller att marknadsföra kreditkort t.ex. på flygplatser, järnvägsstationer eller mässor, anses inte i sig som påträngande under förutsättning att man då respekterar god kreditgivningssed.

- Vid direktmarknadsföring av krediter bör NIX-regelverket och SWEDMA:s etiska regler följas.

Vid telefonförsäljning/adresserad reklam bör inte kontakt tas med konsumenter som spärrat sig i NIX-registret. Telefonlistor bör "tvättas" mot NIX-registret. Av SWEDMA:s etiska regler för adresserad direktreklam framgår att sådan dock får skickas om konsumenten har lämnat sitt uttryckliga medgivande eller det finns ett etablerat kundförhållande. Likaså kan så ske om konsumenten själv lämnat personuppgifter till marknadsföraren och i samband med det fått information om dels vilka kontaktvägar som marknadsföraren vill använda sig av, dels fått möjlighet att tacka nej till marknadsföring via en eller flera angivna kontaktvägar. Ett kundförhållande anses bestå även en tid efter det att avtalsförpliktelserna fullgjorts, men inte mer än tre år om inte särskilda skäl föreligger.

För marknadsföring med SMS och e-post krävs konsumentens samtycke. Av 19 § marknadsföringslagen och SWEDMA:s etiska regler för marknadsföring till privatpersoner via e-post och etiska regler för mobil marknadsföring följer att e-post och SMS kan sändas utan samtycke om (i) kontaktuppgifterna har samlats in i samband med försäljning av en vara eller tjänst från det avsändande företaget, (ii) mottagaren är kund eller har varit kund inom de senaste 12 månaderna, eller (iii) mottagaren har informerats om att e-postadressen kan användas för marknadsföringsändamål och har erbjudits möjlighet att avstå framtida kontakt. Marknadsföringen får endast avse egna likartade varor och tjänster.

7. Förmedlare

Kreditförmedling har ökat i omfattning under senare år. Förmedlarna erbjuder sig att jämföra och föreslå krediter från flera olika kreditgivare, en del av dem erbjuder krediter bl.a. från medlemmar i Bankföreningen. Det handlar om förmedlare som har tillstånd hos Finansinspektionen att bedriva kreditförmedling och som har detta som sin huvudsakliga aktivitet.



Såväl Finansinspektionen som Konsumentverket har under senare tid pekat på att oetiska säljmetoder förekommer av en del kreditförmedlare och/eller de telefonsäljare som de använder sig av. De problem som uppmärksammas handlar i många fall om att konsumenten kontaktats per telefon och erbjudits krediter som i praktiken blir dyrare för honom eller henne än säljaren ger sken av. Ibland ger förmedlaren felaktigt intryck av att ha kännedom om konsumentens befintliga lån för att under samtalet erbjuda nya kreditprodukter.

Bankföreningens medlemmar vill inte associeras med sådana försäljningsmetoder. Även om bankernas inflytande över kreditförmedlarna är begränsat bör en gemensam strävan vara att bidra till ökad transparens för konsumenten. Det är viktigt att komma ifrån en säljkultur där förmedlarens provision går före konsumentens bästa och där konsumenten inte förstår varför förmedlaren tycker man bör välja en kredit framför en annan. Det bör tydligt framgå vem förmedlaren representerar.

- Den bank som använder sig av förmedlare och mellanhänder som marknadsför och säljer dess konsumentkrediter bör verka för att förmedlaren följer gällande rätt och god kreditgivningssed.
- Banken bör i sina avtal med förmedlarna reglera att kreditförmedlingen sker på ett etiskt godtagbart sätt och att marknadsföringen följer gällande rätt. Vid upprepade indikationer på att tveksamma säljmetoder förekommer bör banken inleda en dialog med förmedlaren och ytterst säga upp avtalet.
- Banken bör ge förmedlaren tillräcklig utbildning om kreditprodukten.

Konkurrensrättsliga skäl bedöms förhindra Bankföreningen att mer i detalj i denna kod fastställa vad som bör ingå i bankernas avtal med förmedlarna. Att stävja de problem som uppmärksammas på marknaden bör dock vara en gemensam ambition i avtal, dialog och uppföljning med dessa aktörer.

8. Fakturor

- Bankens fakturor för konsumentkrediter inkl. kortkrediter bör vara tydliga. De bör utformas med strävan att konsumenten får överblick över sina åtaganden och inte riskerar betala ett belopp av misstag som han eller hon inte avsåg betala.
- Det föreslagna beloppet att betala på fakturan bör vara det som överenskommits med konsumenten när avtalet ingicks i de fall en sådan överenskommelse finns. Finns en möjlighet att välja belopp att betala, t.ex.



vid en kontokredit, bör antingen det totala beloppet eller icke ifyllt belopp som konsumenten själv kompletterar vara första alternativ.

- Den totala skulden bör anges på fakturan så att konsumenten kan välja att återbetala skulden snabbare än överenskommet.
- Förfallodatum och hur stort belopp som vid den tidpunkten förfaller bör tydligt framgå.
- Delbetalningsmöjligheten bör inte lyftas fram på ett orimligt sätt i förhållande till att betala hela skulden.
- Om konsumenten erbjuds olika betalningsalternativ varav ett är "lägsta belopp att betala" bör tydligt framgå vad summan är beräknad på samt vilka avgifter och räntor som tillkommer om konsumenten väljer detta alternativ. Denna information bör tydligt finnas i nära anslutning till själva beloppet.
- Konsumenten bör informeras om vad det kostar att välja delbetalning.
- Om kreditvillkoren ändras vid den händelse konsumenten betalar ett mindre belopp än det begärda, eller när han eller hon väljer ett annat betalningsalternativ än det som från början överenskommits, bör tydlig information ges om detta. Om konsumenten betalar "fel" belopp en enstaka månad varvid andra villkor gäller bör konsumenten återföras till det gamla upplägget därefter – konsumenten bör inte av misstag hamna i ett kreditavtal han eller hon inte avsåg. För den månad det mindre beloppet betalats får konsumenten däremot stå kostnaden som detta medför.
- I fall där fakturaköp erbjuds och fakturan senare skickas till konsumenten kan det finnas en möjlighet att välja delbetalning. Däremot kan inte delbetalning vara första-alternativ eftersom någon sådan överenskommelse inte finns med konsumenten.

9. Lägga om krediter

Finansinspektionen och Konsumentverket har uppmärksammat att vissa aktörer på kreditmarknaden, kreditförmedlare ofta nämnda, uppmuntrar konsumenter som har annuitetslån att lägga om dessa och ta nya krediter som är större eller sträcker sig över en längre tid. För konsumenten är det inte alltid tydligt att den totala kostnaden för krediten ökar utan tvärtom ges sken av att krediten är förmånlig då den effektiva räntan blir lägre.



- Banken bör inte uppmuntra konsumenter att "rulla" krediter framåt i tiden genom att, på bankens initiativ, konsumenten lägger om dem en bit in i avtalsperioden.
Åtagandet innebär dock inte ett hinder i det enskilda fallet att lägga om lån där det får anses vara förmånligt för konsumenten. Det måste i det enskilda fallet vara möjligt att hjälpa konsumenten.

10. När konsumenten inte kan betala

När en konsument får problem att betala och hör av sig till banken förs i många fall en dialog för att finna olika lösningar i det enskilda fallet. Det är en del av bankens vardag. Banken har såväl ett intresse av att upprätthålla en god relation till sin kund, som befinner sig i tillfälliga betalningssvårigheter, som att inte försvåra för honom eller henne att klara sig ur sin problematiska situation och sedan återbetala lånet.

Kronofogden och statliga utredningar har pekat på att det förekommer att aktörer på kreditmarknaden har alltför bråttom att föra obetalda skulder till inkasso och Kronofogden.

- Banken bör lämna tydlig information om konsekvenserna av uteblivna betalningar (till exempel avgifter och dröjsmålsränta), t.ex. på fakturan.
- Minst en betalningspåminnelse bör skickas. Av den bör framgå att ärendet kan gå vidare till inkasso eller Kronofogden om betalning inte sker. Syftet är att konsumenten ska förstå konsekvenserna av att inte betala.
- Inga ärenden bör skickas till Kronofogden för betalningsföreläggande inom en tidsperiod om 30 dagar efter fakturans förfallodatum.
- Om konsumenten begär det bör en individuell amorteringsplan upprättas när förutsättningar finns.
- Vid alla kontakter med konsumenten om den försämrade betalningsförmågan bör kreditgivaren visa respekt för konsumentens personliga integritet.



11. Förebyggande arbete

Många banker är engagerade i privatekonomisk undervisning till olika grupper i samhället, inte minst till barn och unga. Flera deltar i Finansinspektionens Gilla-din-ekonomi-nätverk.

Det är viktigt att särskilt unga inser innebörden av att skuldsätta sig och undviker överskuldsetting tidigt i livet. Flera av Bankföreningens medlemmar satsar på ett sådant förebyggande arbete. Varje år möter tusentals elever bankanställda som, utan att marknadsföra den egna banken, sprider kunskap om privatekonomi. Under en vecka i mars varje år sker en kraftsamling kring unga och privatekonomi under Money Week.

