

Motion till riksdagen 2017/18:3976

av **Caroline Szyber och Ola Johansson (KD, C)**

med anledning av prop. 2017/18:72 Räntetak och andra åtgärder på marknaden för snabblån och andra högkostnadskrediter

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att regeringen ska följa upp att de nya bestämmelserna om måttfullhet vid marknadsföring inte leder till oönskade resultat och tillkännager detta för regeringen.

Motivering

Regeringens proposition 2017/18:72 Räntetak och andra åtgärder på marknaden för snabblån och andra högkostnadskrediter utgör en välkommen ansats för att minska konsumenters utsatthet i relation till de produkter som erbjuds på marknaden.

Med propositionen benämns krediter med en effektiv ränta över 30 procent som högkostnadskrediter i konsumentskyddslagen. Det innebär att ett långtgående krav ställs på räntebegränsning i kombination med högkostnadsskydd för dessa lån. Samtidigt minimeras riskerna för konsumenterna med en obligatorisk kreditprovning och ett förbud mot förlängning av löptiden. Utöver dessa restriktioner som syftar till att skydda konsumenter mot överskuldssättning föreslås ett upplysningskrav från kreditgivarens sida till låntagaren som avser information om riskerna med skuldsättning och vart konsumenten ska vända sig för att få stöd av budget- och skuldrådgivare. Slutligen avser regeringen också att med propositionen införa ett måttlighetskrav vid marknadsföring av samtliga former av konsumentkrediter.

Det är väl motiverat att marknaden för snabblån regleras och att krav också ställs på kreditgivare att upplysa konsumenterna om riskerna. I dessa delar tillmötesgår regeringen tidigare tillkännagivanden. Förslagen kommer om de genomförs innebära att kreditgivning, snabblån, sms-lån etc. som tidigare marknadsförts på ett aggressivt sätt, drivit människor att skuldsätta sig och sedan medfört svårigheter för överskuldssatta människor att bli skuldfria får en minskad skadeverkan. Det övergripande målet om ett starkare konsumentskydd mot högkostnadskrediter anses därmed kunna uppnås med de kraftfulla restriktioner mot ocker som föreslås. Upplysningskravet förtydligar vad det innebär att teckna en högkostnadskredit och vart man kan vända sig om man är i behov

av rådgivning kring sin ekonomi. Tyvärr måste emellertid flera otydligheter konstateras i propositionen.

En brist i propositionen är att överbrygningskrediter och andra tillfälliga finansieringslösningar vid bostadsförvärv som normalt inte omfattas av definitionen för bostadskrediter inte undantas. Det finns en risk att dessa kreditformer omfattas av definitionen för högkostnadskrediter när det rör sig om låga kreditbelopp utan amortering, korta återbetalningstider (vilket normalt är fallet, t.ex. 1–6 månader) och avgifter i storleksordningen 500–600 kr. Om denna typ av krediter hamnar inom definitionen för högkostnadskrediter riskerar marknadsaktörer att börja anpassa sitt produktbudande, exempelvis med en förlängd återbetalningstid. Det vore i så fall missgynnsamt för konsumenterna.

Vad gäller marknadsföringen av krediter så kan betonas det faktum att den redan i dag ska överensstämma med god creditsed, den ska vara måttfull. Regeringens förslag applicerar inte bara för aktörer som sysslar med högkostnadskrediter, utan ska gälla alla slags konsumentkrediter. Med förslaget att ta bort transaktionstestet frångås den systematik som marknadsföringslagen appliceras med i dag, en systematik som sin tur bygger på EU:s direktiv om otillbörliga affärsmetoder (2005/29/EG). Vid ett transaktionstest undersöks om marknadsföringen i fråga påverkat eller sannolikt påverkat mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut. I bedömningen ligger också vilken målgrupp marknadsföringen vänt sig till och hur den uppfattas av en genomsnittlig person i denna målgrupp. Om då marknadsföringen riktas t.ex. till barn bedöms det annorlunda än om mottagaren är en etablerad vuxen. Att hela branschen för olika slags konsumentkrediter går från en etablerad ordning till att kastas in i en ny förefaller svåröverblickbart. Vi anser att ett sådant förslag om det genomförs kommer att innebära en rättsosäkerhet för kreditgivare och en inskränkning av annonsörernas möjlighet att presentera fördelarna med sina produkter på ett sätt som gör dem attraktiva och efterfrågade. Högkostnadskrediter och andra kortfristiga lån kan vara efterfrågade och fyller en funktion på marknaden. Förslaget om måttfullhet anser vi vara oproportionerligt vid en jämförelse med krav som ställs på övrig reklam och marknadsföring. Vidare anser vi att konsekvenserna av ett måttfullhetskrav inte är tillräckligt utrett, som remissinstanserna påpekar. Svårigheterna att finna en praxis av ett så diffust begrepp kommer för domstolarna att bli betydande och leda till en stor osäkerhet hos annonsörer och kreditgivare.

Ett kostnadstak är en vällovlig ambition för att skydda konsumenter från att försätta sig i okontrollerad skuldtillväxt. Samtidigt sänder kostnadstaket signalen att kreditkostnader man åtagit sig att betala enligt sitt kreditavtal inte behöver betalas fullt ut. Det öppnar möjligheter för konsumenter att prioritera mellan fordringar och kalkylera med vad kostnadstaket innebär för de totala kreditkostnaderna. I vissa lägen kan incitament saknas att över tid betala av på en skuld. Särskilt dröjsmålsrättan är ett viktigt påtryckningsmedel för kreditgivare när gäldenärer hamnar i dröjsmål. Dröjsmålsrättan har inte samma funktion i avtalsförhållandet som krediträttan eftersom den är en påföljd vid avtalsbrott och därmed avsedd att ha en preventiv verkan. För att främja en hög betalningsmoral i samhället bör det även fortsättningsvis vara kännbart att inte leva upp till de plikter som följer av ett kreditavtal.