

2020-12-07

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.

Kortbetalning är ett av de vanligaste betalsätten. 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 till exempel vid månadens slut, andra över en längre period.

Lagstiftning och praxis sätter ramar för hur krediter får marknadsföras, ställer krav på kreditprövningar 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)

Finansinspektionen och Konsumentverket har tillsyn över konsumentkreditlagen. Finansinspektionen rapporterar därtill årligen om konsumentkreditmarknaden. Finansinspektionen och Konsumentverket utfärdar föreskrifter och allmänna råd på området.

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 har dock konstaterats att det förekommer att konsumenter tar krediter vars villkor är utformade så att skulden för mycket små konsumtionskrediter växer snabbt. Det är oroande om förtroendet för kreditmarknaden sjunker i ljuset av de problem som myndigheter och andra pekar på. Inte minst viktigt är det att enskilda konsumenter inte hamnar i en situation av överskuld-sättning. 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 vill Bankföreningens medlemmar 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 kreditgivnings-sed, ta ansvar och verka 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.

2. Tillämpningsområde och definitioner

Krediter som omfattas

Koden avser konsumentkrediter inklusive kortkrediter.

Den gäller inte bostadskrediter enligt definitionen i 2 § konsumentkreditlagen.¹

¹ *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.

Kortkredit

Branschkode 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 konsument, 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, till exempel konsumentkreditlagen och marknadsföringslagen.
- Banken ska i sin marknadsföring och i såväl skriftlig som muntlig kontakt med konsumenten kommunicera tydligt och använda ett enkelt språk.
- Banken har en förklaringskyldighet, vilket innebär att konsumentens frågor om krediten måste kunna besvaras på ett korrekt sätt.
- Bankens personal som har som arbetsuppgift att svara på konsumenters frågor om krediten bör vara utbildad så att den har tillräckliga kunskaper om krediten.

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 kronor.

5. Marknadsföring

- Banken bör vara tydlig med vilken typ av kredit som marknadsförs.
- Om räntan för en kredit kan variera bör den presenteras som ett räntespann. Om en frånränta även anges bör informationen om frånräntan inte vara mer framträdande än informationen om räntespannet och den effektiva räntan.
- Marknadsföring av krediter ska vara måttfull. Att erbjuda försäkringar kopplade till kreditkort eller kreditköp, ränterabatter och liknande är att betrakta som måttfullt. Erbjudanden om procentuell återbäring anses också som måttfullt, som till exempel bonusprogram som utgår vid användande av ett kreditkort.
- 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, till exempelfakturabetalning, senare när ett kundförhållande uppstått ges möjlighet att välja en annan typ av finansieringslösning, exempelvis genom att det på fakturan finns andra betalningsalternativ.

- Om en betalningsfri period erbjuds bör konsumenten innan han eller hon accepterar erbjudandet få tydlig information om hur den betalningsfria månaden påverkar avbetalningstiden och kreditkostnaderna. Informationen bör lämnas i generella ordalag där följder i form av förändringar av kostnader och betalningstid beskrivs allmänt.

Med betalningsfri period avses betalningsfrihet som kan ges enligt avtalsvillkoren för en konsumtionskredit utan att några andra särskilda omständigheter/förutsättningar behöver vara uppfyllda, och där betalningsbefrielsen omfattar både ränta och amortering.

Efter en sådan betalningsfri period bör konsumenten få information om hur denna påverkat skuldsaldot och i förekommande fall återbetalningstidens längd.

- 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 till exempel 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.

7. Förmedlare

I klagomål från konsumenter till myndigheter och konsumentrådgivare förekommer det ibland uppgifter om att kreditförmedlare, och/eller de telefonsäljare som de använder sig av, använder sig av oetiska säljmetoder. 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 bör tydligt framgå vem förmedlaren representerar. Det är viktigt att det inte förekommer 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.

- 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.

Av konkurrensrättsliga skäl kan det inte fastställas vad som i övrigt bör ingå i bankers avtal med förmedlare. Att motverka oetiska säljmetoder bör ändå vara en gemensam ambition i avtal, dialog och uppföljning med dessa aktörer.

8. Fakturor

- Bankens fakturor för konsumentkrediter 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 överenskommit med konsumenten när avtalet ingicks i de fall en sådan överenskommelse finns. Finns en möjlighet för konsumenten att välja belopp att betala, till exempel vid en kortkredit, bör det totala beloppet vara förifyllt.
- Den totala skulden bör anges på fakturan så att konsumenten kan välja att återbetala skulden snabbare än överenskommet.
- Förfalldatum 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 ska följa god inkassosed.

- Banken bör lämna tydlig information om konsekvenserna av uteblivna betalningar (till exempel avgifter och dröjsmålsränta), till exempel på fakturan.
- Minst en betalningspåminnelse bör skickas. Av den bör framgå att ärendet kan gå vidare till inkasso om betalning inte sker. Syftet är att konsumenten ska förstå konsekvenserna av att inte betala.
- Inkassokrav bör skickas innan ansökan om betalningsföreläggande inges till Kronofogden och ska vara upprättat i enlighet med 5 § Inkassolagen.
- 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 överskuldssättning 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 varje år sker en kraftsamling kring unga och privatekonomi under Money Week.