

2019-09-27

Finansdepartementet
Finansmarknadsavdelningen
Bankenheten

Promemorian Stärkt konsumentskydd när betaltjänster tillhandahålls

Sammanfattning

Svenska Bankföreningen anser det är av vikt att konsumenter kan fatta väl informerade val när de ingår avtal om krediter. Det är därför av stor vikt att marknadsföring av krediter är transparent och tydlig för konsumenterna. Då en kredit kan medföra betydande ekonomiska och juridiska fördelar för konsumenten bör utgångspunkten dock inte vara att ett betalningssätt som inte innebär en kredit alltid är ett bättre alternativ för konsumenten än en kredit. Marknadsföringen av krediter måste även vara måttfull. Svenska Bankföreningen har därför inte något att invända mot förslaget om reglering av vilken ordning som olika betalningssätt presenteras på, och förslagets innebörd att krediter inte presenteras som ett förvalt alternativ.

Svenska Bankföreningen avstyrker emellertid att regleringen införs i betaltjänstlagen. Regleringen lämpar sig bäst i form av ett allmänt råd till konsumentkreditlagens bestämmelse om måttfull marknadsföring. I andra hand kan det övervägas, så som Finansinspektionen i sitt remissyttrande förespråkar, att regleringen införs i konsumentkreditlagen som ett komplement till bestämmelsen om måttfull marknadsföring av krediter. Svenska Bankföreningen anser dock att det i så fall först bör utredas i vilken mån konsumentkreditdirektivet och annan unionslagstiftning kan tänkas hindra ytterligare begränsningar av marknadsföring av krediter i nationell lag.

Att bestämmelserna införs i betaltjänstlagen är olämpligt främst av anledningen att det är den som marknadsför krediten i sin näringsverksamhet, det vill säga e-handlaren i egenskap av kreditförmedlare, som enligt gällande rätt ansvarar för marknadsföringens utformning. Betaltjänstleverantörerna kan inte heller styra över hur och i vilken ordning e-handlarna väljer att presentera de betalningssätt som kredittjänster och blandade betalningssätt som andra betaltjänstleverantörer tillhandahåller e-handlare, annat än genom sitt specifika avtal med e-handlaren.

Det går vidare inte att separera kreditköp vid presentation av blandade betalningssätt, som kortbetalning och elektroniska plånböcker, med mindre än att internationella betalsystem för kortbetalningar och elektroniska plånböcker byggs

om. Då förslaget inte redogör för var i ordningen av betalningssätt som blandade betalalternativ ska finnas bör förslaget utformas utifrån en viss given ordning för kreditalternativ ses över ytterligare och anpassas till blandade betaltjänster så som kortbetalningar och elektroniska plånböcker. Regleringen bör även vara teknikneutral i den bemärkelsen att den bör omfatta all e-handel, inte bara e-handel på webbplatser.

Förslaget i förhållande till gällande lag vid marknadsföring av krediter

Enligt förslaget ska betaltjänstleverantörer genom ett tillägg i betaltjänstlagen åläggas att presentera betalningssätt på visst sätt vid e-handel (webbplatser som tillhandahåller varor och tjänster mot betalning). Betalningssätt som inte innebär en kredit ska presenteras först (före krediter) och krediter får inte vara förvalda om det finns andra betalningssätt. Marknadsföringslagen ska tillämpas vid överträdelser.

Att presentera en kredit som betalalternativ på en webbplats utgör marknadsföring. Regler för hur krediter får marknadsföras finns i konsumentkreditlagen, som enligt 2 § gäller kredit som en näringsidkare lämnar eller erbjuder en konsument. Lagen gäller också kredit som lämnas eller erbjuds en konsument av någon annan än en näringsidkare, om krediten förmedlas av en näringsidkare som ombud för kreditgivaren. Av 6 a § konsumentkreditlagen framkommer att måttfullhet ska iakttas vid marknadsföring av krediter samt att marknadsföringslagen ska tillämpas vid överträdelser. Vid överträdelser av denna bestämmelse i konsumentkreditlagen tillämpas marknadsföringslagen. Enligt marknadsföringslagen tillämpas lagen när näringsidkare marknadsför eller själva efterfrågar produkter i sin näringsverksamhet. Det bör alltså vara den som marknadsför en tjänst som också ansvarar för marknadsföringens innehåll.

E-handlaren liksom banken ska i egenskap av kreditgivare och kreditförmedlare följa kravet på måttfull marknadsföring av krediter i konsumentkreditlagen.

Banken i egenskap av kreditgivare/betaltjänstleverantör marknadsför inte krediten i sin egen näringsverksamhet när den presenteras som ett betalningssätt på en e-handlares webbplats. När bankens kredittjänster presenteras på en e-handlares webbplats förmedlas krediten av e-handlaren i dennes näringsverksamhet.

Betaltjänstleverantören kan inte påverka hur marknadsföring utformas på andra näringsidkares webbplatser

En bank kan inte styra i vilken ordning e-handlare på sina webbplatser väljer att presentera bankens betalalternativ i förhållande till betalalternativ som tillhandahålls av andra betaltjänstleverantörer. Banken har inte heller någon möjlighet att styra var i ordningen e-handlaren väljer att presentera sin egna betalalternativ som till exempel direktfaktura eller direktbetalning till e-handlarens eget konto.



Banker kan endast bestämma ordningen mellan olika betalalternativ i de färdiga paket med betallösningar som vissa banker själva erbjuder e-handlare.

Ett antal banker erbjuder e-handlare dels paketlösningar med ett flertal betalalternativ, som ofta benämns check-out lösningar eller betalväxlar, dels separata betaltjänster som till exempel direktbetalning via internetbank. E-handlare som köper enstaka betaltjänster av banken har ofta avtal med flera andra betaltjänstleverantörer om andra betaltjänster. Det kan till exempel vara avtal om direktbetalning med Swish eller elektroniska brevlådor så som PayPal. I egenskap av leverantör av en enstaka betaltjänst eller check-out lösning har banken inte möjlighet att påverka hur e-handlaren väljer att presentera denna betaltjänst i förhållande till andra leverantörers betaltjänster.

Banken kan eventuellt ha viss möjlighet att avtala med e-handlare om hur bankens betaltjänstpaket ska presenteras /marknadsföras av e-handlaren i förhållande till övriga betaltjänster som tillhandahålls av andra leverantörer. Banken kan oavsett detta inte direkt säkerställa eller ansvara för hur kreditförmedlarna/e-handlarna presenterar och marknadsför bankens betaltjänster och paketlösningar.

Regleringen bör införas i allmänt råd till konsumentkreditlagen, eller i konsumentkreditlagen.

Krediter innebär en viktig möjlighet till finansiering av köp för konsumenter. Det kan innebära en klar hushållsekonomisk fördel för konsumenter att kunna fördela en större utgift över en längre tid genom att välja ett betalningssätt som innebär en kredit, särskilt vid inköp av dyrare varor och tjänster. En kredit kan även innebära ett tryggare köp med bättre skydd av konsumentens intressen än direktbetalning. Invändningsrätten enligt 29 § konsumentkreditlagen ger inte sällan konsumenten bättre möjligheter till ersättning om till exempel en resa köpt med kredit avbryts eller ställs in än om konsumenten endast hade kunnat kräva ersättning från reseföretaget.

Bankföreningen anser att det är direkt olämpligt att ålägga betaltjänstleverantören såsom kreditgivare ensamt ansvar för hur e-handlare tillhandahåller och marknadsför krediter. Det framstår som närmast omöjligt att säkra efterlevnaden av en bestämmelse som ålägger betaltjänstleverantörer att tillse att en annan näringsidkares marknadsföring ändras eller upphör när den enda möjlighet till påverkan som finns är ett kontraktuellt skadeståndsansvar. Att ålägga någon ansvar för marknadsföring som denne faktiskt inte kan utöva kontroll över framstår som olämpligt ur ett rättssäkerhetsperspektiv, då den som åläggs att vidta rättelse har mycket begränsade möjligheter att säkerställa att marknadsföringen ändras. Eventuella sanktioner får långtgående effekter i form av såväl omfattande kostnader som andra följder på grund av minskat förtroende från såväl konsumenterna som det övriga näringslivet, vilket inte i denna situation inte framstår som proportionerligt eller i enlighet med allmänna rättsprinciper. Denna ordning framstår inte heller som



lämplig ur ett lagstiftningsperspektiv då ansvaret för kreditgivares och kreditförmedlares marknadsföring av krediter regleras i konsumentkreditlagen och marknadsföringslagen. Av förslaget framkommer inte heller vilken betaltjänstleverantör som ska anses ansvara för utformningen av ordningen på e-handlarens webbplats i det fall e-handlaren valt att träffa avtal med flera olika betaltjänstleverantörer. Enligt konsumentkreditlagen ansvarar e-handlaren i egenskap av kreditförmedlare för sin marknadsföring av krediter mot konsumenter, och det följer av marknadsföringslagen att den som marknadsför en tjänst i sin näringsverksamhet, i detta fall e-handlaren, ansvarar för utformningen av marknadsföringen. Konsumentkreditlagen tar hänsyn till det förhållandet att betaltjänstförmedlare, så som e-handlare, i sin näringsverksamhet kan välja att förmedla tjänster från flera olika betaltjänstleverantörer. Bankföreningen anser att förslaget är av sådan art att det istället för en lag lämpligen bör genomföras i form av ett allmänt råd utfärdat av Konsumentverket, utifrån myndighetens tillsynsansvar över konsumentkreditlagens krav på måttfull marknadsföring av krediter.

I andra hand kan övervägas, såsom Finansinspektionen i sitt remissyttrande förespråkar, att införa regler i konsumentkreditlagen som ett tillägg till nuvarande lag om måttfull marknadsföring av krediter. Detta förutsatt att en sådan ytterligare begränsning av marknadsföring av krediter i lag inte skulle strida mot unionsrätten, och då närmast i vilken mån konsumentkreditdirektivet kan tänkas hindra ytterligare begränsningar i nationell lag, vilket alltså bör utredas. Bankföreningen avstyrker att lagändringen införs i betaltjänstlagen. Oavsett hur reglerna införs bör konsekvenserna analyseras noggrant.

Oklart hur betalningssätt som kan men inte måste innebära kreditköp ska redovisas

En betaltjänst och därmed ett betalningssätt kan vara blandad, det vill säga ett och samma betalalternativ kan innehålla både betalning genom utnyttjande av en kredit och direktbetalning. Betalningssättet kan därmed innebära ett kreditköp, men måste inte göra det. Den föreslagna regleringen innehåller inte någon redogörelse för hur eller var i ordningen som blandade betalningssätt ska presenteras för konsumenter.

Det vanligaste blandade alternativa betalningssättet är kortbetalning. Kortbetalning presenteras som ett och samma betalningssätt, oavsett att konsumenten kan välja att använda ett debetkort, vilket inte innebär en kredit, eller ett kreditkort. Konsumenten kan även välja att betala med ett kort kopplat till ett betalkonto med en kredit kopplad till kontot, vilket innebär att det som avgör om betalningen blir en direktbetalning, eller om den kommer att omfattas av den kredit som är kopplad till kontot, är om behållningen på kontot är tillräcklig för att täcka köpet. Varken betaltjänstleverantören, dvs den bank som ställt ut kortet, eller betaltjänstförmedlaren, dvs e-handlaren, kan i det ögonblick den utformar



marknadsföringen, eller i det faktiska marknadsföringsögonblicket, veta om ett köp med ett blandat betalningssätt faktiskt kommer att innebära ett kreditköp.

Vidare innebär befintliga kortbetalningssystem att alla typer av kortbetalningar redovisas som ett och samma betalningssätt vid köp av varor och tjänster. Alternativet betalning med debetkort kan därmed inte redovisas som ett separat betalningssätt före betalning med kreditkort (och inte heller separeras från kortbetalning med utnyttjande av kontokredit som i sig är ett blandat betalningssätt). En separat redovisning av debet- respektive kreditkortsbetalning skulle kräva att det internationella systemet för kortbetalningar byggs om, vilket inte kan åstadkommas genom svensk lag. Även betalningar med elektroniska plånböcker som till exempel PayPal är blandade då konsumenten kan välja att fylla på den elektroniska plånboken med direktöverföringar, debetkort eller kreditkort. Vad gäller köp med elektroniska plånböcker ser Svenska Bankföreningen inte heller några faktiska möjligheter att genom svensk lag reglera en separation av kreditköpsalternativ i marknadsföringen av betalningssättet, då kreditköp med behållning i elektroniska plånböcker uppkommer när konsumenten fyller på plånboken.

Då förslaget inte redogör för hur alternativt var i ordningen av betalningssätt som blandade betalalternativ ska finnas bör förslagets utformning utifrån en viss given ordning för kreditalternativ ses över ytterligare och anpassas till blandade betaltjänster så som kortbetalningar och elektroniska plånböcker.

Regleringen bör vara teknikneutral

E-handel sker i fler kanaler än på webbplatser, till exempel i appar. Regleringen bör därför vara teknikneutral i den bemärkelsen att den inte bör reglera endast webbplatser utan alla tänkbara digitala säljkanaler.

SVENSKA BANKFÖRENINGEN

Hans Lindberg

Jessie Cargill-Ek

