

**Regeringens proposition till riksdagen med förslag till lagar om ändring av konsumentskyddslagen, 13 § i lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna och 5 kap. 3 § i rättegångsbalken**

**PROPOSITIONENS HUVUDSAKLIGA INNEHÅLL**

I denna proposition föreslås det att konsumentskyddslagen, lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna och rättegångsbalken ändras. Propositionen har samband med regeringsprogrammet för statsminister Sanna Marins regering, enligt vilket genomslagskraften i den lagstiftning om konsumentkrediter som antogs under den föregående regeringsperioden följs upp, och om det observeras brister i genomslagskraften vidtas behövliga åtgärder för att effektivisera bestämmelserna och reglera konsumentkreditmarknaden.

Enligt förslaget ska räntetaket för konsumentkrediter sänkas från nuvarande 20 procent till 15 procent. Samtidigt ska räntetaket bindas till den referensränta som avses i räntelagen, dock så att räntan enligt kreditavtalet inte heller då får överstiga 20 procent. Syftet med ändringen är att minska överskuldssättningen bland konsumenter genom att begränsa kreditgivarnas möjligheter att bedriva kreditgivning på en kreditrisknivå som motsvarar den nuvarande. Syftet med ändringen är dessutom att göra prissättningen av krediter mer skälig, i synnerhet med tanke på krediter som till beloppet är betydande och som har beviljats med lång lånetid.

För att begränsa osaklig marknadsföring av krediter föreslås det att bestämmelsen om god kreditgivningssed ändras så att det i bestämmelsen mer exakt än för närvarande anges vilken typ av marknadsföring som särskilt ska anses strida mot god kreditgivningssed. Dessutom föreslås det reglering om presentationen av de tillgängliga betalningssätten när konsumenten köper nyttigheter på nätet.

Skyldigheten att kontrollera identiteten utvidgas till att gälla även nyttighetsbundna engångskrediter och situationer där konsumenten väljer faktura som betalningssätt vid köp på nätet. Också den nuvarande bestämmelsen om skyldigheten att kontrollera identiteten skärps till vissa delar. Syftet med ändringarna av skyldigheten att kontrollera identiteten är att förhindra missbruk i samband med kredittagning och betalning.

Det föreslås att lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna ändras så att näringsidkare ska kunna påföras en påföljdsavgift för brott mot överträdelse av de nya bestämmelser som föreslås. Rättegångsbalken ändras för att underlätta tillämpningen av den nya prisregleringen.

Lagarna avses träda i kraft under den senare halvan av år 2023 så att en övergångsperiod på cirka ett halvt år lämnas mellan stadfästandet och ikraftträdandet av lagarna. Det föreslås att bestämmelserna om räntetaket också ska tillämpas på avtal om fortlöpande kredit som ingåtts före ikraftträdandet av lagen till den del det är fråga om nya kreditutnyttjanden som sker efter ikraftträdandet.

---

## INNEHÅLL

PROPOSITIONENS HUVUDSAKLIGA INNEHÅLL.....	1
MOTIVERING .....	4
1 Bakgrund och beredning.....	4
1.1 Bakgrund.....	4
1.2 Beredning.....	5
2 Nuläge och bedömning av nuläget.....	5
2.1 Nuläge.....	5
2.1.1 Lagstiftning.....	5
2.1.2 Statistik, undersökningar och utredningar.....	12
2.2 Bedömning av nuläget.....	20
2.3 Målsättning.....	24
3 Förslagen och deras konsekvenser.....	24
3.1 De viktigaste förslagen.....	24
3.1.1 Skärpt prisreglering och utvidgning av regleringen till gamla avtal.....	24
3.1.2 Skärpning av regleringen av marknadsföringen av konsumentkrediter.....	26
3.1.3 Utvidgning av skyldigheten att identifiera kunder.....	27
3.2 De huvudsakliga konsekvenserna.....	28
3.2.1 Konsekvenser för statsfinanserna och för myndigheternas och domstolarnas verksamhet.....	28
3.2.2 Konsekvenser för samhällsekonomin.....	29
3.2.3 Konsekvenser för konsumenternas och näringsidkarnas ställning.....	30
3.2.4 Konsekvenser för brottsbekämpningen och säkerheten samt för dataskyddet.....	36
3.2.5 Sammanfattning.....	37
4 Alternativa handlingsvägar.....	38
4.1 Handlingsalternativen och deras konsekvenser samt andra specialfrågor som behandlats under beredningsskedet.....	38
4.2 Lagstiftningen i utlandet.....	42
5 Remissvar.....	46
6 Specialmotivering.....	48
6.1 Konsumentskyddslagen.....	48
6.2 Lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna.....	59
6.3 Rättegångsbalken.....	60
7 Ikraftträdande.....	60
8 Verkställighet och uppföljning.....	61
9 Förhållande till grundlagen samt lagstiftningsordning.....	62
LAGFÖRSLAG.....	69
1. Lag om ändring av konsumentskyddslagen.....	69
2. Lag om ändring av 13 § i lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna.....	74
3. Lag om ändring av 5 kap. 3 § i rättegångsbalken.....	75
BILAGOR.....	76
PARALLELLEXTER.....	76
1. Lag om ändring av konsumentskyddslagen.....	76
2. Lag om ändring av 13 § i lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna.....	84

3. Lag om ändring av 5 kap. 3 § i rättegångsbalken.....	87
---	----

## MOTIVERING

### 1 Bakgrund och beredning

#### 1.1 Bakgrund

Genom en ändring av konsumentkyddslagen (38/1978) som trädde i kraft den 1 september 2019 fastställdes för de flesta konsumentkrediter som beviljats den 1 september 2019 eller senare ett räntetak på 20 procent för konsumentkrediter och ett separat tak för andra kreditkostnader. Enligt regeringsprogrammet för statsminister Sanna Marins regering (Regeringsprogrammet för statsminister Sanna Marins regering den 10 december 2019, s. 83, se <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-287-810-6>) ska genomslagskraften i den lagstiftning om konsumentkrediter och snabblån som antogs under regeringsperioden 2015–2019 följas upp. Om det observeras brister i den vidtas åtgärder för att effektivisera bestämmelserna och reglera konsumentkreditmarknaden. I regeringsprogrammet konstateras dessutom att konsumentkrediternas attraktivitet ska minskas genom det fortsatta arbetet för att begränsa aggressiv marknadsföring.

Regeringen har i halvtidsöversynen och ramförhandlingarna den 29 april 2021 (Regeringens riktlinjer vid halvtidsöversynen och ramförhandlingarna s. 39, se <https://vnk.fi/documents/10616/63037755/Regeringens+riktlinjer+vid+halvtids%C3%B6versynen+29.4.2021.pdf/4567f32b-1633-933c-1cd6-21cd13f2d262?t=1636102766572>) fastställt att en begränsning av marknadsföringen av konsumentkrediter bedöms i samband med en helhetsbedömning av bestämmelserna om konsumentkrediter. Samtidigt ska en eventuell bestående sänkning av maximiräntan på konsumentkrediter bedömas.

Också riksdagen har förutsatt (RSv 212/2020 rd) att statsrådet utifrån en heltäckande analys och en internationell jämförelse noggrant bedömer om bestämmelserna om konsumentkrediter bör ändras permanent. I denna bedömning ska man särskilt granska en effektiv påföljdsreglering och möjligheten att låta gamla krediter med hög ränta omfattas av bestämmelser som säkerställer en mer måttfull räntenivå. Riksdagen har likaså förutsatt att statsrådet bereder permanent lagstiftning om begränsning av reklam och direktmarknadsföring som gäller konsumentkrediter. (Rsv 69/2020, uttalande 5).

Som en del av utredningen om konsekvenserna av prisregleringen har det vid justitieministeriet gjorts en utredning ”Selvitys vuoden 2019 hintasääntelyuudistuksen vaikutuksista kuluttajaluottosopimuksiin velkomustuomioiden valossa”, finns enbart på finska. (<https://oikeusministerio.fi/sv/projekt?tunnus=OM085:00/2020> ”Kuluttajaluottoselvitys” som finns under ”Dokument”). Utredningen blev klar i slutet av 2020. Dessutom har Institutet för kriminologi och rättspolitik hösten 2020 på beställning av statsrådet gjort en utredning i form av en översikt över utvecklingen av överskuldssättning under de senaste åren, ”Katsaus viime vuosien ylivelkaantumiskehitykseen” (finns enbart på finska, <http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe20201221101608>) Redan tidigare, våren 2019, utarbetades vid justitieministeriet en bedömningspromemoria (se [https://api.hankeikkuna.fi/asiakirjat/4c3ecd42-b1fc-481c-950f-9c630779de14/9f569f71-3d32-45bc-8eee-57222a3d2e3c/MUISTIO\\_20201001115510.pdf](https://api.hankeikkuna.fi/asiakirjat/4c3ecd42-b1fc-481c-950f-9c630779de14/9f569f71-3d32-45bc-8eee-57222a3d2e3c/MUISTIO_20201001115510.pdf)) där man kartlade praxis för marknadsföringen av krediter och problem i anslutning till den samt föreslog olika alternativ för hur regleringen av marknadsföringen av konsumentkrediter kunde skärpas. Bedömningspromemorian var på remiss och sammanlagt 31 remissinstanser yttrade sig (se sammanfattningen av yttrandena <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-259-781-6>). Majoriteten av remissinstanserna förhöll sig positiv till att ett lagberedningsprojekt för begränsning av marknadsföringen av konsumentkrediter skulle inledas och till att marknadsföringen skulle begränsas i syfte att dämpa överskuldssättningen. Däremot var åsikterna delade i fråga om hur regleringen borde ändras.

## 1.2 Beredning

Utkastet till proposition har beretts i en arbetsgrupp som tillsattes av justitieministeriet den 2 juli 2021 och vars mandatperiod började den 1 augusti 2021 och tog slut den 28 februari 2022 ([https://api.hankeikkuna.fi/asiakirjat/f86a5a23-124a-4112-860e-be71c00748b7/33847bd3-f8c7-4aa5-98f7-276c7615bf1c/ASETTAMISPAATOS\\_20210705132009.PDF](https://api.hankeikkuna.fi/asiakirjat/f86a5a23-124a-4112-860e-be71c00748b7/33847bd3-f8c7-4aa5-98f7-276c7615bf1c/ASETTAMISPAATOS_20210705132009.PDF)). I arbetsgruppen ingick förutom företrädare för justitieministeriet även företrädare för arbets- och näringsministeriet, finansministeriet, Finansinspektionen, Konkurrens- och konsumentverket/konsumentombudsmannen, Finanssiala ry, Finsk Handel rf, Kuluttajaliitto – Konsumentförbundet ry samt Suomen Asiakkuusmarkkinointiliitto ry. Permanent sakkunnig i arbetsgruppen var Dataombudsmannens byrå.

För att följa och utvärdera arbetsgruppens arbete tillsattes den 30 augusti 2021 en separat uppföljningsgrupp, vars mandatperiod började den 1 september 2021 och tog slut den 28 februari 2022. I uppföljningsgruppen var 22 olika aktörer företrädare ([https://api.hankeikkuna.fi/asiakirjat/f86a5a23-124a-4112-860e-be71c00748b7/8636b958-6c7b-48a4-bd5b-17684f0618f2/ASETTAMISPAATOS\\_20211109050642.PDF](https://api.hankeikkuna.fi/asiakirjat/f86a5a23-124a-4112-860e-be71c00748b7/8636b958-6c7b-48a4-bd5b-17684f0618f2/ASETTAMISPAATOS_20211109050642.PDF)).

Arbetsgruppens betänkande (Revidering av lagstiftningen om konsumentkrediter. Arbetsgruppens betänkande. Betänkanden och utlåtanden 2022:12, <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-259-815-8>) publicerades den 11 mars 2022 och var på remiss till den 29 april 2022. Utlåtande begärdes av 62 instanser, av vilka 37 gav ett utlåtande. Dessutom lämnade 11 andra instanser ett utlåtande. Ett sammandrag av utlåtandena har sammanställts vid justitieministeriet (Justitieministeriets betänkanden och utlåtanden 2022:38, <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-400-506-7>). Propositionen har dessutom bedömts av rådet för bedömning av lagstiftningen.

Beredningsunderlaget till propositionen finns i den offentliga webbtjänsten under adressen <https://oikeusministerio.fi/sv/projekt-och-lagberedning> med identifieringskoden OM085:00/2020.

## 2 Nuläge och bedömning av nuläget

### 2.1 Nuläge

#### 2.1.1 Lagstiftning

##### *Allmänt*

Centrala avtalsrättsliga bestämmelser om konsumentkrediter finns i konsumentskyddslagens 7 kap om konsumentkrediter. I 7 kap. föreskrivs det bl.a. om näringsidkares informationsskyldighet, ingående av kreditavtal och överlåtande av medel, frånträdande av ett kreditavtal, konsumentens rätt till information medan kreditavtalet gäller, återbetalning av en kredit och avslutande av ett kreditavtal. I kapitlet föreskrivs det också bl.a. om skyldigheten att noggrant bedöma en konsuments kreditvärdighet. I konsumentskyddslagens 7 a kap. ingår bestämmelser om konsumentkrediter som har samband med bostadsegendom. Kapitlet tillämpas på krediter som lämnas för förvärv av bostadsegendom eller för bevarande av äganderätten till sådan, men också på krediter som lämnas för något annat ändamål och där bostadsegendom ställs som säkerhet (7 a kap.1 och 3 §). I 31 § 1 mom. i 7 a kap. finns en hänvisningsbestämmelse enligt vilken en del av bestämmelserna i 7 kap. också tillämpas på konsumentkrediter som har samband med bostadsegendom.

### *Bestämmelser om marknadsföringens innehåll*

Allmänna bestämmelser om marknadsföring samt förfaranden i kundrelationer finns i 2 kap. i konsumentskyddslagen som för närvarande i många avseenden baserar sig på direktivet om otillbörliga affärsmetoder (Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenter på den inre marknaden och om ändring av rådets direktiv 84/450/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG, 98/27/EG och 2002/65/EG samt Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 2006/2004). Direktivet är minimiharmoniserande i fråga om finansiella tjänster, såsom krediter, vilket innebär att det inte begränsar medlemsstaternas rätt att utfärda strängare bestämmelser än vad som föreskrivs i direktivet för att skydda konsumenternas ekonomiska intressen. Dessutom är bestämmelserna om god sed helt och hållet medlemsstaternas behörighet.

I 2 kap. i konsumentskyddslagen föreskrivs bland annat om förbud i fråga om marknadsföring som strider mot god sed och otillbörliga förfaranden (1 §), förbud mot osann eller vilseledande information (6 §), utelämnande av väsentlig information (7 §) samt förbud mot aggressiva förfaranden (9 §). Dessutom innehåller kapitlet en bestämmelse enligt vilken marknadsföringen ska utformas så att det tydligt framgår att den har ett kommersiellt syfte och för vems räkning den bedrivs (4 §). I statsrådets förordning om otillbörligt förfarande från konsument synpunkt vid marknadsföring och i kundrelationer (601/2008), som utfärdats med stöd av 15 § 3 punkten i kapitlet, föreskrivs om sådana förfaranden vid marknadsföring och i kundrelationer som under alla omständigheter anses vara vilseledande och aggressiva. Som exempel på vilseledande förfaranden kan nämnas användningen av redaktionellt material i medierna för att främja försäljningen av en konsumtionsnyttighet om näringsidkaren har betalat för det säljfrämjande materialet och detta inte uppges i innehållet eller genom bilder eller ljud som tydligt kan identifieras av konsumenten (1 § 22 punkten). Som exempel på de aggressiva förfaranden som nämns i förordningen kan nämnas upprepade och oönskade försäljningskontakter per telefon, fax, e-post eller annat medel för distanskommunikation (2 § 3 punkten).

I enlighet med vad som konstaterats i förarbetena till lagen är begreppet marknadsföring i 2 kap. i konsumentskyddslagen omfattande. Begreppet avser kommersiella meddelanden, såsom reklam, information som annars ges i samband med ett köp slut samt olika säljfrämjande åtgärder, såsom prisavdrag, tilläggsförmåner eller marknadsföringslotterier (RP 32/2008 rd, s. 18).

Konsumentskyddslagen innehåller också särskilda bestämmelser om marknadsföring av krediter. Central här är den bestämmelse om god kreditgivningssed som ingår i konsumentskyddslagens 7 kap. om konsumentkrediter (13 §). Enligt den bestämmelse som fogades till lagen år 2010 och som skärptes ytterligare 2013 ska kreditgivaren handla ansvarsfullt vid kreditgivningen. Särskilt förutsätts det bl.a. att kreditgivaren inte marknadsför en kredit så att marknadsföringen tydligt bidrar till att försämra konsumentens förmåga att noggrant överväga krediten (2 mom. 1 punkten), inte använder kreditgivningen som ett huvudsakligt argument vid marknadsföringen av andra konsumtionsnyttigheter (2 mom. 2 punkten) och inte använder sms-tjänster eller andra motsvarande kommunikationstjänster mot extra avgift vid marknadsföring eller beviljande av kredit eller vid annan kommunikation i anslutning till kreditförhållandet (2 mom. 3 punkten). Dessa bestämmelser gäller i huvudsak också kreditförmedlare (13 § 3 mom.).

I 7 kap. 8 § om konsumentkrediter föreskrivs om de uppgifter som ska anges i reklam för konsumentkrediter när räntan för krediten, någon annan sifferuppgift som beskriver kostnaderna för krediten eller någon annan information om villkoren i kreditavtalet framgår av reklamen. Sådana är bland annat den effektiva räntan på krediten, krediträntan och övriga kreditkostnader

samt kreditbeloppet och kreditkostnaderna sammanlagt och antalet avbetalningar. Dessa uppgifter ska anges i reklamen på ett klart, väl synligt och koncist sätt och ska motsvara de kreditvillkor som kreditgivaren normalt erbjuder.

Dessutom ska en kreditförmedlare enligt 7 kap. 48 § i sin marknadsföring informera om sin behörighet att förmedla konsumentkrediter, särskilt om uppgiften sköts som ombud för en eller flera angivna kreditgivare eller som oberoende kreditförmedlare.

#### *Bestämmelser om marknadsföringens tillåtlighet*

Det finns inga förbud mot marknadsföring av krediter i den permanenta lagstiftningen, så som det finns till exempel i tobaks- och alkohollagstiftningen. Den temporära regleringen av kreditmarknaden beskrivs nedan.

Bestämmelser om tillåtligheten i direktmarknadsföring rent allmänt finns i lagen om tjänster inom elektronisk kommunikation (917/2014). Enligt 200 § 1 mom. i den lagen får direktmarknadsföring som bedrivs med hjälp av automatiska uppringningssystem, telefax, e-postmeddelanden, textmeddelanden, talmeddelanden, röstmeddelanden eller bildmeddelanden riktas endast till sådana fysiska personer som på förhand har gett sitt samtycke till det. Enligt 2 mom. får annan direktmarknadsföring än sådan som avses i 1 mom. riktas till fysiska personer, om inte dessa uttryckligen har förbjudit det. Fysiska personer ska på ett enkelt sätt och kostnadsfritt kunna förbjuda sådan marknadsföring.

Om en tjänsteleverantör eller produktsäljare av en kund som är en fysisk person får dennes kontaktinformation som hör samman med ett e-postmeddelande, textmeddelande, talmeddelande, röstmeddelande eller bildmeddelande i samband med försäljning av en produkt eller en tjänst, får tjänsteleverantören eller produktsäljaren dock använda kontaktinformationen vid direktmarknadsföring av sina egna produkter och tjänster som hör till samma produktgrupp eller som annars är av motsvarande slag. Tjänsteleverantören eller produktsäljaren ska ge kunder som är fysiska personer möjlighet att på ett enkelt sätt och kostnadsfritt förbjuda användningen av kontaktinformation i samband med att uppgifter insamlas samt i samband med varje e-postmeddelande, textmeddelande, talmeddelande, röstmeddelande och bildmeddelande. Tjänsteleverantören eller produktsäljaren ska tydligt informera om förbudsmöjligheten (3 mom.).

Dessa bestämmelser om direktmarknadsföring grundar sig på direktivet om integritet och elektronisk kommunikation (Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/58/EG om behandling av personuppgifter och integritetsskydd inom sektorn för elektronisk kommunikation) som föreslås bli upphävt genom en ny förordning (förslag till Europaparlamentets och rådets förordning om skyddet av privatliv och personuppgifter vid elektronisk kommunikation och upphävande av direktivet om integritet och elektronisk kommunikation, COM/2017/010 final, den så kallade ePrivacy-förordningen). Enligt uppgifter från kommunikationsministeriet som för Finlands del förhandlar om denna förordning pågår fortfarande kommissionens, rådets och parlamentets s.k. trepartsförhandlingar.

#### *Prisreglering för konsumentkrediter*

I 7 kap. 17 a § i konsumentskyddslagen föreskrivs om kreditkostnadernas maximibelopp. Bestämmelsen består dels av ett tak för räntan på krediten, dels av ett tak för övriga kreditkostnader. Enligt 1 mom. får räntan på den kredit som konsumenten utnyttjar inte avtalas vara högre än 20 procent. I 2 mom. föreskrivs det att om konsumenten enligt avtalet ska betala andra än i 1 mom. avsedda kreditkostnader, får beloppet av dem per dag inte överstiga 0,01 procent av det

kreditbelopp eller den kreditgräns som anges i kreditavtalet under kreditavtalets giltighetstid. Trots vad som föreskrivs i 2 mom. får det avtalas om ett maximibelopp på 5 euro för andra kreditkostnader, under förutsättning att kredittiden enligt avtalet omfattar minst 30 dagar. De kostnader som konsumenten ska betala enligt 2 mom. får inte överstiga 150 euro per år, och kreditkostnader får inte tas ut av konsumenten i förväg för en längre tid än ett år. Om kreditgivaren eller kreditförmedlaren bryter mot bestämmelserna i denna paragraf, är konsumenten inte skyldig att betala kreditränta eller andra kreditkostnader.

Bestämmelsen tillämpas på så gott som alla krediter som omfattas av tillämpningsområdet för 7 och 7 a kap. i konsumentskyddslagen. Det är endast bostadskrediter med en bostad eller annan egendom som säkerhet som har lämnats utanför regleringen (7 a kap. 31 §). Bestämmelserna tillämpas inte heller på avbetalningsköp där föremålet för köpet är ett trafikmedel som ska registreras i det trafik- och transportregister som avses i lagen om transportservice (320/2017), jämte eventuell tilläggsutrustning, utom om konsumenten på grundval av avtalet också har rätt att ta ut penningmedel (7 kap. 3 § 4 mom.).

Den beskrivna bestämmelsen om kreditkostnadernas maximibelopp i konsumentskyddslagens 7 kap. 17 a § tillämpas inte på avtal som ingåtts före den 1 september 2019. På sådana kreditavtal kan beroende på fallet tillämpas den tidigare bestämmelsen om räntetak som baserar sig på den effektiva räntan för krediten. (7 kap. 17 a § i lagen om ändring av 7 kap. i konsumentskyddslagen, 207/2013). Enligt bestämmelsen får kreditens effektiva ränta enligt kreditavtalet, om kreditbeloppet eller kreditgränsen understiger 2 000 euro, vara högst den referensränta som avses i 12 § i räntelagen utökad med 50 procentenheter. Bestämmelsen om räntetak tillämpas på nytighetsbundna krediter endast om konsumenten med stöd av kreditavtalet också har rätt att ta ut penningmedel.

Merparten av de konsumentkreditavtal som ingåtts före den 1 september 2019 omfattas dock inte ens av den prisreglering som trädde i kraft 2013. Detta beror på att kreditgivarna efter ikraftträdandet av prisregleringen 2013 övergick till att erbjuda krediter på i huvudsak 2 000 euro eller mer, dvs. så kallade limitkrediter.

#### *Temporära bestämmelser om konsumentkrediter till följd av covid-19-epidemin*

Till följd av covid-19-epidemin gjordes det temporära ändringar i konsumentskyddslagen. Ändringarna var först i kraft från den 1 juli 2020 till den 31 december 2020 (lag 512/2020). De temporära bestämmelserna förlängdes den 1 januari 2021 till den 30 september 2021 och hade i huvudsak samma innehåll (lag 1194/2020).

För det första förbjöds temporärt direktmarknadsföring av konsumentkrediter och kreditförmedlartjänster. Enligt 7 kap. 13 b § i den första temporära lagen lämnades information om kreditmöjligheten i samband med köp av en vara eller någon annan konsumtionsnyttighet utanför förbudet mot direktmarknadsföring. I den andra temporära lagen utvidgades undantaget så att som förbjuden direktmarknadsföring inte heller betraktades information om kreditmöjligheter i samband med marknadsföring av varor eller andra nyttigheter. Syftet med förbudet mot direktmarknadsföring var att förhindra att aggressiv marknadsföring av krediter riktas direkt till konsumenter som på grund av coronavirusläget råkat i ekonomiska svårigheter.

Med anledning av covid-19-epidemin infördes dessutom ett temporärt räntetak som är striktare än det permanenta räntetaket. Enligt det temporära 7 kap. 17 c § 1 mom. i konsumentskyddslagen fick det inte på en kredit som konsumenten utnyttjar tas ut en ränta som översteg 10 procent, inte ens om räntan på krediten avtalats vara högre än detta. För att förhindra att den temporära



bestämmelsen om räntetak kringgicks fick man inte heller under den tiden höja de avgifter som togs ut med anledning av kreditavtalet (7 kap. 24 a § i den temporära lagen). Till denna del var det fråga om en försiktighetsåtgärd som syftade till att säkerställa att man inte ens försökte kringgå det tillfälliga räntetaket genom en höjning av andra avgifter som togs ut för krediten. Kreditgivarnas rätt att ändra avgifterna med anledning av kreditavtalet begränsas nämligen också annars avsevärt av 7 kap. 24 § 4 mom. i konsumentskyddslagen.

Det temporära räntetaket hade ett snävare tillämpningsområde än den permanenta prisregleringen så att det temporära räntetaket inte alls tillämpades på nyttighetsbundna krediter. Bestämmelsernas tillämpningsområde var dock mer omfattande än den permanenta prisregleringen så att det temporära räntetaket också tillämpades på avtal om fortlöpande kredit som ingåtts innan den temporära lagen trädde i kraft till den del det var fråga om utnyttjande av kredit efter lagens ikraftträdande.

För att förhindra reklam som betonar en eventuellt lägre ränta än den enligt 7 kap. 17 c § och på det sättet lockar konsumenterna att ta en kredit vars ränta senare kan stiga avsevärt, fogades till lagen temporärt också en bestämmelse om att varna för stigande ränta (temporärt 4 mom. i 7 kap. 8 §). På grund av de problem som uppstått vid marknadsföringen under den första temporära lagens giltighetstid utvidgades skyldigheten att varna för stigande ränta i en annan temporär lag (temporär 8a § i 7 kap. i lag 1194/2020).

#### *Kontroll av kredit sökandens identitet*

Enligt 7 kap. 15 § 1 mom. i konsumentskyddslagen ska kreditgivaren noggrant kontrollera den sökandes identitet innan ett avtal om konsumentkredit ingås. Om identiteten kontrolleras elektroniskt, ska kreditgivaren använda en identifieringsmetod som uppfyller kraven i 8 § i lagen om stark autentisering och betrodda elektroniska tjänster (617/2009). I konsumentskyddslagens 7 kap. 15 § 2 mom. föreskrivs det att om kreditgivaren redan tidigare har kontrollerat konsumentens identitet på det sätt som avses i 1 mom. får identiteten också kontrolleras med hjälp av den personliga identifikator som skapades för konsumenten efter den inledande identifieringen.

I 16 § föreskrivs det om skyldigheten att bevara uppgifterna om identitetskontrollen. Om inget annat följer av lagen om förhindrande av penningtvätt och av finansiering av terrorism (444/2017) ska kreditgivaren enligt bestämmelsen bevara de uppgifter som utgjort grund för kontrollen av den kredit sökande konsumentens identitet i fem år från det att krediten i dess helhet förfallit till betalning. Om oenighet uppstår kring ett kreditavtal ska kontrolluppgifterna dock bevaras till dess parterna har kommit överens om saken eller ärendet har avgjorts.

Regleringen togs in i konsumentskyddslagen genom en lag som trädde i kraft den 1 februari 2010 och dess syfte var att förbättra det dåvarande otillfredsställande läget, där en bristfällig kontroll av låntagarens identitet hade möjliggjort missbruk och man hade kunnat få lån på sitt eget konto genom att en annan persons mobiltelefon, adressuppgifter och personbeteckning hade utnyttjats (se RP 64/2009 rd). Problemen gällde då främst snabb lån som nyligen hade kommit ut på den finska marknaden och där det vanliga sättet att ansöka om lån var en låneansökan som lämnades i form av ett sms.

Även undantaget i 7 kap. 15 § 2 mom. hade samband med sms-lån. Även om man ansåg att användningen av svaga identifieringsmetoder i princip inte ska främjas i lagstiftningen, ansågs

det krav på enklare identifiering som anges i 2 mom., dvs. ett undantag från huvudregeln, nödvändigt för att det inte ska bli helt omöjligt att söka sms-lån på grund av avsaknaden av mobilcertifikat eller annan för ändamålet lämplig autentisering. (RP 64/2009 rd, s. 17).

Vid överträdelse av bestämmelserna kan näringsidkaren meddelas förbud och dessutom kan en påföljdsavgift komma i fråga (13 § 1 mom. 4 punkten i lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna). I konsumentskyddslagen föreskrivs det inte särskilt om hur en överträdelse av identifieringsskyldigheten påverkar relationerna mellan parterna med tanke på sådana situationer där kreditgivaren har försummat skyldigheten att identifiera en låntagare på det sätt som förutsätts i lagen. Redan enligt de allmänna principerna ska den som åberopar en rättshandling styrka sitt påstående. Underlåtenhet att använda stark autentisering gör det svårare att bevisa att ett avtal har ingåtts. Om kreditgivaren inte kan visa att konsumenten har deltagit i ingåendet av kreditavtalet, kan kreditgivaren inte heller framställa krav på konsumenten utifrån rättshandlingarna.

Enligt 7 kap. 3 § 2 mom. i konsumentskyddslagen tillämpas inte 15 § om kontroll av kredit sökandens identitet och 16 § om skyldighet att bevara uppgifterna om identitetskontroll på nyttighetsbundna engångskrediter. Vid den tidpunkt då bestämmelserna gavs beviljades krediter av det här slaget typiskt i samband med traditionell postförsäljning. Enligt uppgifter från Konsumentverket (nuvarande Konkurrens- och konsumentverket) hade det inte förekommit motsvarande missbruk i fråga om nyttighetsbundna engångskrediter som i fråga om snabb lån, och därför föreslogs det inte att bestämmelsen skulle gälla sådana krediter.

Sådana fakturerings tjänster vid e-handel som inte innebär användning av kredit omfattas däremot inte av den nuvarande bestämmelsen om identitetskontroll, eftersom de nuförtiden inte alls omfattas av tillämpningsområdet för konsumentskyddslagens 7 kap. om konsumentkrediter. Detta kan basera sig på flera undantag från tillämpningsområdet. För det första avses enligt konsumentskyddslagen 7 kap. 1 § 1 mom. med konsumentkredit en sådan kredit som en näringsidkare (kreditgivaren) enligt avtal lämnar eller utfäster sig att lämna en konsument som lån, betalningsansvänd eller som något annat motsvarande ekonomiskt arrangemang. Enligt förarbetena till lagen (RP 24/2010 rd) innebär ett betalningsansvänd dock inte alltid att en kredit beviljas. Både i handeln med konsumtionsnyttigheter och särskilt när det gäller konsumenttjänster har konsumenten ofta möjlighet att betala köpesumman mot faktura inom en relativt kort tid. Denna faktureringspraxis anses inte vara en sådan konsumentkredit som avses i momentet, om fakturerings- och betalningstiden är vanlig i branschen. Enligt 6 § i räntelagen får konsumenten vanligen en betalningstid på en månad från den tidpunkt då räkningen sändes, om det inte har avtalats om förfallodagen.

Även om det är fråga om betalningsansvänd som är längre än sådan faktureringspraxis som kan anses vara sedvanlig inom branschen, kan fakturerings tjänsten trots detta lämnas utanför tillämpningsområdet för 7 kap. i konsumentskyddslagen. Begränsningen kan basera sig på 7 kap. 1 § 5 mom. 1 punkten, enligt vilken bestämmelserna i kapitlet inte tillämpas på konsumentkrediter där ingen ränta eller andra avgifter tas ut. I vissa fall kan dessutom 2 punkten i samma moment vara av betydelse, enligt vilken bestämmelserna i kapitlet inte heller tillämpas på sådana krediter som bygger på ett avtal enligt vilken konsumenten har rätt att i poster betala priset på en nyttighet som levereras fortlöpande under avtalets löptid. Avtal som avses i punkten är exempelvis avtal om kontinuerlig leverans av vatten och el.

### *Betaltjänstlagens bestämmelser om stark kundautentisering*

Efter att 7 kap. 15 § i konsumentskyddslagen stiftades har det till betaltjänstlagen (290/2010) fogats bestämmelser om tjänsteleverantörers skyldighet att använda stark kundautentisering vid elektroniska betalningstransaktioner. Bestämmelserna bygger på det så kallade PSD2-direktivet (Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2015/2366 om betaltjänster på den inre marknaden, om ändring av direktiven 2002/65/EG, 2009/110/EG och 2013/36/EU samt förordning (EU) nr 1093/2010 och om upphävande av direktiv 2007/64/EG).

Betaltjänstlagen är i praktiken en mycket betydande lag med tanke på kundidentifieringen. Den tillämpas bl.a. på genomförande av betalningstransaktioner genom girering, genom överföring av medel till tjänsteleverantörens betalkonto, genom direktdebitering eller med betalkort eller något annat betalningsinstrument (1 § 2 mom. 2 punkten). Dessutom tillämpas betaltjänstlagen på betalningsinitieringstjänster (1 § 2 mom. 6 punkten). Med betalningsinstrument avses enligt 8 § 11 punkten i betaltjänstlagen ett betalkort eller något annat personligt instrument eller någon annan personlig rutin eller en kombination av dessa som betaltjänstanvändaren och tjänsteleverantören har träffat avtal om att kan användas för betalningsuppdrag. Enligt specialmotiveringen (RP 169/2009 rd) är betalkort som avses i definitionen t.ex. bank- eller kreditkort. Sådan annan personlig anordning som avses i definitionen är i vissa fall t.ex. en mobiltelefon.

Enligt 85 c § 1 mom. i betaltjänstlagen ska tjänsteleverantören använda stark kundautentisering, om betalaren använder sitt betalkonto via ett datanät, initierar en elektronisk betalningstransaktion eller genomför en åtgärd på distans som kan innebära en risk för missbruk. Enligt 85 c § 4 mom. i betaltjänstlagen ska den starka kundautentisering som avses i 1 och 2 mom. uppfylla de närmare krav som anges i kommissionens tekniska standarder för tillsyn som utfärdas med stöd av artikel 98 i betaltjänstdirektivet. Själva definitionen av stark kundautentisering ingår i 8 § 24 punkten.

Enligt 85 c § 5 mom. i betaltjänstlagen kan det göras avvikelser från skyldigheten i paragrafen om att använda stark kundautentisering, om det föreskrivs så i kommissionens tekniska standarder för tillsyn som utfärdas med stöd av artikel 98 i betaltjänstdirektivet. Om tjänsteleverantören inte har krävt stark kundautentisering av betalaren, ansvarar betaltjänstanvändaren enligt 62 § 3 mom. 4 punkten i betaltjänstlagen inte för obehörig användning av betalningsinstrumentet.

### *Tillsyn*

Konsumentombudsmannen övervakar näringsidkarnas marknadsföring och förfaranden i kundrelationer med stöd av 2 kap. 20 § i konsumentskyddslagen och användningen av avtalsvillkor med tanke på konsumentskyddet med stöd av 3 kap. 4 § i konsumentskyddslagen. Finansinspektionens befogenhet att övervaka bestämmelserna om marknadsföring och användning av avtalsvillkor samt bestämmelserna om förfaranden i kundrelationer som från konsumentens synpunkt strider mot god sed eller som annars är otillbörliga baserar sig åter på 45 § i lagen om Finansinspektionen (878/2008).

Om tillsynen över efterlevnaden av konsumentskyddslagens 7 kap. om konsumentkrediter föreskrivs separat i det kapitlet. Enligt kapitlets 51 § 1 mom. utövas tillsynen över efterlevnaden av bestämmelserna i detta kapitel av konsumentombudsmannen, av Konkurrens- och konsumentverket och av regionförvaltningsverken såsom myndigheter underställda Konkurrens- och konsumentverket, samt av Finansinspektionen när kreditgivaren är ett i 4 § 2–5 mom. i lagen om Finansinspektionen avsett tillsynsobjekt eller en i 5 § i den lagen avsedd annan finansmarknadsaktör. Enligt 2 mom. ska tillsynsmyndigheterna samarbeta på lämpligt sätt. Vid tillsynen

över att 15 § iakttas ger Kommunikationsverket (nuvarande Transport- och kommunikationsverket) på begäran tillsynsmyndigheten ett utlåtande om huruvida den metod för elektronisk identitetskontroll som kreditgivaren använder uppfyller kraven i 8 § i lagen om stark autentisering och elektroniska signaturer. Motsvarande bestämmelser om tillsyn finns i 7 a kap. 33 § om konsumentkrediter som har samband med bostadsegendom.

Tillsynen över efterlevnaden av bestämmelserna om direktmarknadsföring i 200 § och 202–204 § i lagen om tjänster inom elektronisk kommunikation utövas med stöd av lagens 305 § 1 mom. av dataombudsmannen. I 306 § i samma lag föreskrivs det om konsumentombudsmannens rätt att utöva tillsyn över bestämmelserna om direktmarknadsföring med avseende på konsumentskyddet

Det näringsrättsliga ansvaret för tillsynen över banker och andra motsvarande finansmarknadsaktörer ligger i Finland hos Finansinspektionen. I fråga om gränsöverskridande tjänster ligger ansvaret hos den myndighet i en annan EES-stat som motsvarar Finansinspektionen. Till den del det är fråga om kreditgivare eller förmedlare av person-till-person-lån som inte handlar under detta övervakningssansvar blir lagen om registrering av vissa kreditgivare och kreditförmedlare (853/2016) tillämplig. Enligt lagen får kreditgivare som omfattas av lagens tillämpningsområde lämna konsumentkrediter endast om de enligt den lagen har registrerats som kreditgivare i registret över kreditgivare och förmedlare av person-till-person-lån (lagens 2 §). Personuppgiftsansvarig är Regionförvaltningsverket i Södra Finland (3 §) som också utövar tillsyn över efterlevnaden av lagen (14 §).

I registret över kreditgivare och förmedlare av person-till-person-lån (se <https://avi.fi/sv/valj-arende/foretag-eller-organisation/tillsyn-och-klagomal/pengar-och-formogenhet/kreditgivare-och-formedlare-av-person-till-person-lan>) har det antecknats sammanlagt 57 konsumentkreditgivare av vilka fyra förmedlar person-till-person-lån. I registret har det antecknats en näringsidkare som förmedlar endast person-till-person-lån (uppdaterat 25.7.2022). Som jämförelse kan det konstateras att det i juni 2018 fanns 62 kreditgivare i registret och i slutet av 2012, dvs. innan det första räntetaket trädde i kraft, 87 kreditgivare.

I regeringens proposition RP 101/2022 rd (regeringens proposition till riksdagen med förslag till lagstiftning som begränsar hushållens skuldsättning) föreslås det att tillsynen över kreditgivare som är införda i registret över kreditgivare och förmedlare av person-till-person-lån överförs från Regionförvaltningsverket i Södra Finland till Finansinspektionen. Förslaget är för närvarande under behandling i riksdagen. Lagarna avses träda i kraft den 1 juli 2023.

## 2.1.2 Statistik, undersökningar och utredningar

### *Finlands Banks analys av konsumtionskrediter*

Enligt den analys av konsumtionskrediter som Finlands Bank publicerade den 2 mars 2022 avtog ökningen av konsumtionskreditstocken kraftigt under covid-19-pandemin, men återhämtade sig något i slutet av 2021. Olika begränsningar för att bekämpa pandemin minskade i det akuta skedet av pandemin kraftigt hushållens konsumtion och ökade sparandet. Konsumtionskreditstocken minskade rentav något under pandemins första år. I mars 2020 ökade konsumtionskreditstocken fortsättningsvis med en takt på nästan 8 procent per år. Minskningen av begränsningarna i samband med pandemin och återhämtningen av den ekonomiska tillväxten under 2021 stärkte konsumenternas förtroende och ökade konsumtionen. Under slutet av 2021 började dock konsumtionskreditstocken åter växa, och den årliga tillväxttakten var 3 procent i december 2021. I slutet av 2021 uppgick hushållens konsumtionskreditstock till 24,2 miljarder euro. Allt

som allt uppgick konsumtionskrediternas andel av de finländska hushållens sammanlagda låneskulder till 14 procent. Andelen konsumtionskrediter utan säkerhet (exkl. fordonslån) av hushållens alla konsumtionskrediter var uppskattningsvis nästan hälften.

Enligt Finlands Banks bedömning har tillväxttakten för konsumtionskrediter kunnat påverkas inte bara av pandemin utan också av ändringar i lagstiftningen om konsumtionskrediter. Enligt Finlands Bank är det dock svårt att fullständigt bedöma konsekvensen av lagändringarna för konsumtionskreditmarknaden, eftersom pandemin samtidigt har haft en betydande inverkan på marknaden. Finlands Bank har dock påpekat att aktörerna på konsumtionskreditmarknaden i sina offentliga rapporter har konstaterat att det temporära räntetaket har påverkat volymen av kreditgivning i Finland.

Under de år som föregick pandemin ökade konsumtionskreditstocken särskilt genom konsumtionskrediter som beviljats av inhemska kreditinstitut och utländska digitala banker. Denna trend har fortsatt också under pandemin, även om också ökningen av konsumtionskrediter utan säkerhet klart har avtagit jämfört med åren före pandemin. Pandemins ekonomiska konsekvenser har märkts tydligast i synnerhet i konto- och kortkreditstocken, som minskade kraftigt under 2020 då åtgärderna mot pandemin var som starkast. Under de senaste månaderna har tillväxten i hushållens konsumtion ökat användningen av kortkrediter. Däremot har antalet konsumtionskrediter med säkerhet ytterligare minskat under pandemin.

I slutet av december 2021 hade hushållen konto- och kortkrediter beviljade av kreditinstitut i Finland till ett värde av 4,4 miljarder euro. Av konto- och kortkrediterna var 25 procent revolverande lån och kontokrediter, 13 procent räntefria betaltidskrediter och 62 procent förlängda kreditkortskrediter. Genomsnittsräntan på revolverande lån och kontokrediter var 4,5 procent och på förlängda kreditkortskrediter 9,3 procent. Det finns dock skillnader mellan kreditinstituten i fråga om räntorna på kortkrediterna. I december var ränteskillnaden mellan kreditinstituten 3,3 procentenheter.

Enligt Finlands Bank har den genomsnittliga återbetalningstiden för nya konsumtionskrediter utan säkerhet förlängts efter 2019. I december 2021 var den genomsnittliga återbetalningstiden för konsumtionskrediter utan säkerhet (exkl. konto- och kortkrediter samt konsumtionskrediter som inte har förfallodag) 5 år och 4 månader. Återbetalningstiden för nya konsumtionskrediter utan säkerhet (exkl. fordonslån samt konto- och kortkrediter och konsumtionskrediter som inte har förfallodag) var 5 år och 6 månader.

Genomsnittsräntan på nya lån som kreditinstituten beviljat steg något under det sista kvartalet 2021. Genomsnittsräntan (6,7 %) på konsumtionskrediter utan säkerhet steg i oktober, efter att det temporära räntetaket för konsumentkrediter upphörde att gälla, till en högre nivå än innan det temporära räntetaket trädde i kraft, varvid genomsnittsräntan var 6,2 procent (juni 2020). I oktober 2021 förblev genomsnittsräntan (3,39 %) på fordonslån utan säkerhet nästan oförändrad, men genomsnittsräntan på andra konsumtionskrediter utan säkerhet steg från september med 0,55 procentenheter till 8,34 procent. I oktober beviljade kreditinstitut som erbjuder konsumtionskrediter med hög ränta en exceptionellt stor del av konsumtionskrediterna utan säkerhet, vilket höjde genomsnittsräntan. I november-december utgjorde konsumtionskrediter beviljade av dessa aktörer en mindre andel än i oktober av alla nya konsumtionskrediter som utnyttjades. Genomsnittsräntan på nya konsumtionskrediter utan säkerhet sjönk och var 6,3 procent i december. Genomsnittsräntan på nya konsumtionskrediter som beviljas av kreditinstitut som är specialiserade på konsumtionskrediter med hög ränta steg dock från oktober till nästan 12 procent i december 2021. Det finns stora skillnader mellan kreditinstituten i fråga om räntorna på konsumtionskrediter utan säkerhet. I december 2021 var ränteskillnaden mellan kreditinstituten exceptionellt stor (7,2 procentenheter).

Enligt Finlands Bank utnyttjade de finländska hushållen under det sista kvartalet 2021 konsumtionskrediter utan säkerhet till ett värde av 960 miljoner euro hos de kreditinstitut som är verk-samma i Finland, vilket var 5,0 procent mer än under det föregående kvartalet och mer än nå-gonsin tidigare under ett kvartal. Något över en fjärdedel av de nya konsumtionskrediterna utan säkerhet beviljades under sista kvartalet 2021 i kreditinstitut specialiserade på konsumtionskre-diter med högre ränta. Under de senaste två åren har dessa aktörers andel av de nya uttagen av konsumtionskrediter utan säkerhet varierat mellan 20 och 30 procent.

Den årliga tillväxttakten för lånestocken av konsumtionskrediter som beviljas av kreditinstitut som är specialiserade på konsumtionskrediter med högre ränta (1,3 miljarder euro) är också klart snabbare än genomsnittet och uppgick till 20,3 procent i december 2021. Före covid-19-pandemin var lånestockens årliga tillväxttakt rentav över 60 procent, så takten har avtagit klart under pandemin, men är fortfarande snabb.

Pandemin och ändringarna i lagstiftningen har haft en kraftig inverkan på antalet nya lån bevil-jade av finansinstitut som beviljar snabblån. Enligt Finlands Banks statistik fortsatte den kraf-tiga minskningen av lån som konsumtionskredit- och snabblåneföretag beviljat finländska hus-håll under det sista kvartalet 2021. I slutet av december 2021 uppgick de lån som konsumtions-kredit- och snabblåneföretagen beviljat hushållen till något över 200 miljoner euro, medan det var 270 miljoner euro i slutet av juni 2021. Uppskattningsvis har lånestocken krympt betydligt efter 2018, då snabblåneföretagens lånefordringar från hushållen uppgick till 700 miljoner euro.

En del av de företag som beviljar snabblån har upphört med sin verksamhet och en del har upphört att bevilja nya lån efter 2019. Minskningen av lånefordringarna påverkas också av sålda lån i balansräkningen. Av de lån som beviljades av konsumtionskredit- och snabblåneföretagen var alla utan säkerhet, vilket visar att aktörerna är specialiserade på beviljande av endast vissa typer av lån. Deras andel av hushållens konsumtionskreditstock som helhet var mycket liten, dvs. 1 procent i december 2021. Genomsnittsräntan på de lån som konsumentkredit- och snabb-låneföretagen beviljat hushållen var i december nästan 40 procent. Under det sista kvartalet 2021 lyfte hushållen från andra finansinstitut andra lån än fordonslån för allt som allt 90 miljo-ner euro. Genomsnittsräntan för de lån som lyfts var 8,0 procent. En femtedel av lyftes hos konsumentkredit- och snabblåneföretagen, och genomsnittsräntan på dessa lån var 16,1 procent. Den genomsnittliga återbetalningstiden för nya lån som lyfts hos konsumtionskredit- och snabb-låneföretagen under det sista kvartalet 2021 var 4 år och 7 månader.

De ekonomiska konsekvenserna av covid-19-pandemin har också tagit sig uttryck i ökade kre-ditrisker för de bankkunder som har konsumtionskrediter. Under 2020 ökade antalet oreglerade konsumtionskrediter hos bankerna med cirka en procentenhet och utgjorde i slutet av 2020 4 procent av alla konsumtionskrediter. När ekonomin återhämtar sig från pandemin har också utvecklingen av oreglerade lån stabiliserats, men hållits på en högre nivå än under de föregående åren. Mängden oreglerade lån varierar mellan olika typer av konsumtionskrediter. Under pan-demin har i synnerhet kreditinstitutens oreglerade konsumtionskrediter utan säkerhet ökat klart snabbare än andra konsumtionskrediter.

Pandemin och ändringarna i lagstiftningen har haft en kraftig inverkan på antalet nya lån bevil-jade av finansinstitut som beviljar snabblån. Enligt Finlands Banks statistik fortsatte under det sista kvartalet 2021 den kraftiga minskningen av lån som konsumtionskredit- och snabblånefö-retag beviljat finländska hushåll. I slutet av december 2021 uppgick de lån som konsumtions-kredit- och snabblåneföretagen beviljat hushållen till något över 200 miljoner euro, medan lånen i slutet av juni 2021 uppgick till 270 miljoner euro. Bedömningen är att lånestocken krympt betydligt efter 2018, då snabblåneföretagens lånefordringar från hushållen uppgick till uppskatt-ningsvis 700 miljoner euro.

Enligt Finlands Banks statistik (se <https://www.suomenpankki.fi/sv/statistik/monetara-finans-instituts-balansrakning-och-rantor/aldre-meddelanden/2022/i-maj-utbetalades-betydligt-mer-konsumtionskrediter-utan-sakerhet-an-tidigare/>) betalade kreditinstituten i maj 2022 ut konsumtionskrediter utan säkerhet för 368 miljoner euro, vilket är 15 procent mer än vid motsvarande tid för ett år sedan och mer än någonsin tidigare under en månad. I Finlands Banks statistik från monetära finansinstitut (MFI-statistik) räknas till konsumtionskrediter utan säkerhet också konsumtionskrediter där bl.a. ett fordon står som säkerhet för lånet. Största delen av de nya konsumtionskrediterna utan säkerhet, 237 miljoner euro, var andra konsumtionskrediter än fordonslån. Även användningen av kortkrediter hade ökat. I slutet av maj 2022 var hushållens kortkreditstock 3,4 miljarder euro och dess årliga tillväxt nästan 10 procent. Genomsnittsräntan på nya konsumtionskrediter utan säkerhet var 8,2 procent i maj.

#### Statistik över summariska tvistemål

Antalet summariska tvistemål vid tingsrätterna har länge hållit sig på en hög nivå, även om antalet inkomna summariska tvistemål har minskat något efter 2019. Summariska tvistemål är sådana mål som behandlas i domstol och som gäller en fordran på ett visst belopp, återställande av besittning eller ett rubbat förhållande eller vräkning, och där käranden anser att ärendet är ostridigt. Av tabellen nedan framgår antalet summariska tvistemål som inkommit till tingsrätterna från och med 2015.

Tabell: Inkomna summariska tvistemål

Månad	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Januari	28 925	26 960	28 811	36 212	38 607	32 398	27 947	30 228
Februari	27 253	28 820	27 537	32 262	34 667	26 128	34 518	31 191
Mars	33 796	30 902	36 165	37 150	33 961	34 302	42 174	31 265
April	29 219	30 304	30 909	33 513	34 903	30 001	53 180	27 973
Maj	29 236	27 853	35 699	38 105	35 709	31 668	29 036	30 385
Juni	28 950	26 881	40 325	31 511	31 845	34 853	31 192	31 416
Juli	28 319	25 023	33 174	37 811	38 538	30 108	26 994	27 816
Augusti	30 096	31 076	37 463	37 671	58 148	32 089	26 447	
September	29 697	27 929	33 958	31 143	30 596	35 890	32 369	
Oktober	28 998	26 809	31 056	37 181	32 906	29 123	37 189	
November	25 402	36 003	35 081	36 443	37 647	40 893	37 068	
December	29 339	25 450	32 693	25 250	28 699	25 563	29 692	
<b>Sammanlagt</b>	<b>349 230</b>	<b>344 010</b>	<b>402 871</b>	<b>414 252</b>	<b>436 226</b>	<b>383 016</b>	<b>407 806</b>	<b>210 274</b>

Enligt domstolsstatistiken registreras vanligen cirka två tredjedelar av de summariska tvistemålen årligen med koderna 0810 (fordran som grundar sig på ett skuldebrev) och 0890 (fordran som grundar sig på skuldförhållande). Med dessa koder registreras också merparten av de mål som har anknytning till konsumentkrediter. Av tabellen nedan framgår de summariska tvistemål från och med år 2015 som bokförts under koderna 0810 och 0890 och som inkommit till tingsrätterna. Det kan konstateras att antalet mål som bokförts med de nämnda koderna har minskat något sedan 2019. Utvecklingen har varit särskilt positiv 2022. Om antalet inkomna mål hålls på samma nivå till utgången av året, kommer antalet inkomna mål som bokförts under koderna 0810 och 0890 att minska betydligt jämfört med motsvarande siffra under de senaste åren.

Tabell: inkomna summariska tvistemål, bokförda med koden 0810 eller 0890

Månad	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Januari	17 796	17 730	18 522	24 145	27 923	20 877	19 091	19 245
Februari	17 410	18 471	17 903	21 567	26 068	18 079	25 844	20 942
Mars	20 810	19 667	23 777	24 186	24 964	25 556	28 377	17 005
April	17 458	18 615	19 785	22 105	25 627	21 815	36 394	16 102
Maj	17 197	17 502	23 553	25 108	26 222	24 873	19 860	17 062
Juni	18 423	16 701	21 710	21 882	22 380	26 461	21 063	16 733
Juli	18 571	16 447	21 401	26 082	28 261	21 942	17 195	14 773
Augusti	18 346	19 927	24 642	25 492	39 940	23 409	16 222	
September	17 441	17 228	22 905	21 625	22 888	26 542	20 220	
Oktober	16 617	16 977	20 591	24 781	23 807	20 575	26 622	
November	15 173	24 333	22 881	25 309	29 678	25 110	26 210	
December	17 462	16 434	23 345	17 393	21 414	16 878	19 288	
<b>Sammanlagt</b>	<b>212 704</b>	<b>220 032</b>	<b>261 015</b>	<b>279 675</b>	<b>319 172</b>	<b>272 117</b>	<b>276 386</b>	<b>121 862</b>

*Statistik över konsumentkreditavtal som ligger till grund för fordringsmål*

I samband med reformen av prisregleringen 2019 ändrades rättegångsbalken så att det i en stämningensansökan som gäller konsumentkreditavtal ska uppges exaktare uppgifter än tidigare om avtalen (5 kap. 3 § 2 mom. i rättegångsbalken). Syftet med ändringen var att göra det lättare att på tjänstens vägnar beakta bestämmelserna om konsumentkrediter. Samtidigt har ändringen gjort det möjligt att samla in noggrannare information om de kreditavtal som ligger bakom fordringsmålen.

Enligt uppgifter som samlats in från tingsrätternas Tuomas-system avgjordes år 2021 cirka 176 000 mål som berörde konsumentkreditavtal och de har gällt sammanlagt cirka 194 100 avtal. När man jämför antalet avgjorda mål med det totala antalet avgjorda summariska tvistemål 2021 (cirka 418 000 avgöranden), kan man konstatera att cirka 42 procent av alla summariska tvistemål som avgjorts år 2021 har gällt konsumentkreditavtal. I januari–maj 2022 avgjordes cirka 59 000 mål som berörde konsumentkreditavtal och de har gällt sammanlagt cirka 65 000 avtal. Allt som allt avgjordes i januari–maj 2022 cirka 156 600 summariska tvistemål, dvs. andelen mål som gäller konsumentkreditavtal av alla avgjorda summariska tvistemål har minskat något jämfört med 2021 och är mindre än 38 procent av alla avgjorda summariska tvistemål. Det är skäl att betona att de mål som avgjorts i tingsrätten också omfattar mål som avskrivits bl.a. på grund av återkallelse.

Ur Tuomas-systemet går det numera att få uppgifter också om de effektiva räntor på krediten som uppges i kärandenas stämningensansökningar. Det är skäl att notera att samma stämningensansökan kan innehålla krav som gäller flera olika kreditavtal, och de tal som behandlas nedan är uttryckligen avtals-specifika uppgifter.



Tabell: Uppgifter om konsumentkreditavtal som ligger bakom avgjorda mål.

Kreditavtal som omfattas av den gamla lagens tillämpningsområde (avgjorda)	Antal avtal	APR (annual percentage rate) medelvärde, %	APR median, %
år 2020 (hela året)	140 556	71,52	29,10
år 2021 (hela året)	144 761	68,98	26,72
år 2022 (januari–maj)	37 891	82,34	29,10
Kreditavtal som omfattas av tillämpningsområdet för den nya prisregleringen (avgjorda)			
år 2020 (hela året)	17 103	23,77	25,01
år 2021 (hela året)	49 339	23,03	23,85
år 2022 (januari–maj)	27 396	23,13	22,75

Av tabellen framgår att i synnerhet medelvärdet för de effektiva räntorna på de krediter som kärandena uppgett har sjunkit betydligt i och med den nya prisregleringen. Av tabellen framgår också att en betydande del av de konsumentkreditavtal som kommer till tingsrätterna fortfarande är gamla avtal som inte omfattas av prisregleringen, även om antalet kreditavtal som i början av 2022 omfattas av den gamla lagens tillämpningsområde har minskat något jämfört med tidigare år. Antalet kreditavtal som omfattas av tillämpningsområdet för den nya prisregleringen är åtminstone inte ännu betydande i tingsrätterna, men till denna del är det skäl att fästa uppmärksamhet vid att prisregleringen har varit i kraft först några år och att obetalda krediter oundvikligen kommer till tingsrätterna med fördröjning.

Till den del det är fråga om kreditavtal som omfattas av den prisreglering som trädde i kraft den 1 september 2019 finns det i systemet också uppgifter om krediträntorna samt om kreditbeloppet och kreditgränserna. Av tabellen nedan framgår antalet kreditavtal enligt tidpunkten för när målen blev anhängiga, medelvärdet och medianen för den effektiva räntan för krediten, medelvärdet och medianen för krediträntan samt medeltalet och medianen för kreditbeloppet eller kreditgränsen.

Tabell: Uppgifter om kreditavtal i enlighet med den nya lagen enligt tidpunkten för när kreditavtalen blev anhängiga

År	År	Antalet kreditavtal	Effektiv ränta Medelvärde (%)	Effektiv ränta Median (%)	Medelvärdet (%) för den avtalsenliga räntan	Medianen (%) för den avtalsenliga räntan	Belopp (EUR) medelvärde	Belopp (EUR) median
2020	hela året	25 842	23,77	25,01	16,16	19,9	2 614 €	1 000 €
2021	hela året	52 357	23,01	23,45	14,76	18,9	3 395 €	1 318 €
2022	januari–maj	29 019	22,74	22,13	14,86	17,79	3 825 €	1 644 €

Av tabellen framgår bland annat att krediträntan enligt kreditavtalet i genomsnitt var 14,76 procent i de kreditavtal som ligger bakom de mål som kom till behandling i tingsrätten 2021, medan

medianräntan var 18,9 procent. Eftersom det är fråga om ärenden enligt den nya lagen har kreditavtalen ingåtts den 1 september 2019 eller därefter. Eftersom genomsnittsräntan på nya konsumtionskrediter utan säkerhet enligt Finlands Banks kreditinstitutsstatistik t.ex. i juni 2020 var 6,19 procent, kan det observeras att framför allt de allra dyraste konsumentkrediterna har lett till rättslig indrivning. Av talen framgår också att räntan på krediten i de flesta ärenden som kommer till behandling i tingsrätterna ligger mycket nära räntetaket på 20 procent. Av tabellen ovan framgår det dock också att medelvärdet och medianen för kreditbeloppet eller kreditgränsen år 2022 har stigit något jämfört med motsvarande siffror för föregående år.

#### *Statistik från Suomen Asiakastieto Oy*

Antalet personer med betalningsstörningar är högt och ökar ständigt något, med undantag av 2021 och början av 2022. Enligt Suomen Asiakastieto Oy fanns det den 30 juni 2022 omkring 388 000 personer med betalningsstörningar, medan motsvarande siffra 2013 var cirka 356 100 och 2020 cirka 389 500.

År 2021 kom det in cirka 1,73 miljoner nya anteckningar om betalningsstörningar gällande personer. Enligt uppgifter från Suomen Asiakastieto Oy hade 308 069 anteckningar om betalningsstörning år 2021 samband med domar i fordringsmål. Av domarna hänförde sig 221 465, dvs. 71,9 procent, till ärenden av typen ”konto- och engångskredit samt snabbblån” och 41 814, dvs. 13,6 procent, till ärendetypen ”köp via postorder och webbhandel”. År 2019 utgjorde andelen ärenden av typen ”konto- och engångskrediter samt snabbblån” 75,3procent av domarna i fordringsmål gällande personer och år 2020 76,4 procent, medan andelen domar i fordringsmål som gällde ärendetypen ”köp via postorder och webbhandel” utgjorde 8,5 procent av alla fordringsdomar gällande personer 2019 och 8,6 procent 2020. Andelen ärenden som hör till ärendetypen ”konto- och engångskrediter samt snabbblån” har därmed minskat något, medan åter ärenden av typen ”köp via postorder och webbhandel” har ökat något. Det är dock möjligt att den kraftiga ökningen av ärenden som gäller den sistnämnda typen av ärenden delvis beror på den statistiska toppen, som konstaterades vid tingsrätterna våren 2021.

#### *Konkurrens- och konsumentverkets utredning om snabbblån och om betalningssvårigheter hos dem som tagit snabbblån*

I en forskningsrapport som Konkurrens- och konsumentverket publicerade våren 2022 (Järvelä, Saastamoinen, Salo: Pikaluotot ja pikaluottoja ottaneiden maksuvaikeudet; Kilpailu- ja kuluttajaviraston tutkimusraportteja 5/2022. Rapporten finns enbart på finska.) bedömdes utifrån olika källor att cirka 1–2 procent av den vuxna befolkningen årligen har snabbblån. Enligt rapporten har 35–45 procent av dem som tagit snabbblån haft olika betalningssvårigheter med sina krediter, medan endast 2,6–9 procent av dem som har något annat lån än snabbblån har haft olika betalningssvårigheter. Enligt rapporten finns det alltså ett klart samband mellan att ta snabbblån och att uppleva betalningssvårigheter.

I rapporten framhålls det också att det oftare är män, under 35 år, mindre utbildade, arbetslösa, låginkomsttagare och ensamboende som tar snabbblån. I rapporten konstateras det utifrån förfrågningar och kreditupplysningsanalyser att i synnerhet sårbara konsumentgrupper drabbas av de problem som orsakas av snabbblån.

### *Borgensansökningar som kommit in till Garantistiftelsen*

År 2021 kom det sammanlagt 1 606 borgensansökningar till Garantistiftelsen. År 2020 var motsvarande siffra 1 364 och år 2019 var den 1 009. År 2021 fattades det fler borgensbeslut än någonsin tidigare under granskningsperioden 2012–2021. År 2021 beviljade Garantistiftelsen borgen i 357 fall och avslog 709 ansökningar. I de fall där borgen beviljades reglerades skulder till ett värde av cirka 8 miljoner euro. De vanligaste orsakerna till att borgensansökningar avslås har enligt Garantistiftelsen att göra med den sökandes betalningsmån, att skuldbeloppet överstiger maximiborgen eller att bakgrunden till skuldsättningen är ett spelberoende. Av tabellen framgår borgensansökningarna och besluten för 2012–2021.

Borgensären- den	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ansökningar	1159	1147	1017	880	837	775	878	1009	1364	1606
Beviljade, an- tal	296	336	313	322	306	262	249	226	331	357
Beviljade, mn	5,8	7	6,4	6,4	5,3	5,5	5	4,7	7,1	8
Avvisade	454	469	511	485	385	365	328	519	567	709

### *Konsumentförbundets utredning om konsekvenserna av tillfälliga förbud mot direktmarknadsföreling och prisreglering*

Konsumentförbundet lät i augusti 2021 göra en utredning om konsekvenserna av ett tillfälligt förbud mot direktmarknadsföreling och prisreglering. Utredningen genomfördes av Taloustutkimus Oy:s webbpanel. Målgruppen var finländare som fyllt 18 år (exkl. Åland). Uppgifterna samlades in under tidsperioden 23 juni till 21 juli 2021, och utredningen besvarades av 1 817 personer.

Enligt utredningen bedömde 68 procent av dem som svarade och som hade ansökt om kredit utan säkerhet både innan den temporära prisregleringen var i kraft och efter att den trädde i kraft (n = 106) att det inte hade blivit svårare att få kredit efter ingången av juli 2020, medan 16 procent meddelade att det hade blivit svårare att få kredit. Det finns inga uppgifter om i vilken omfattning problemen att få kredit har hänfört sig till nyttighetsbundna krediter på vilka temporär prisreglering inte har tillämpats och i vilken omfattning problemen har hänfört sig till andra krediter.

Enligt utredningen (n=1817) understödde majoriteten av dem som svarade (85 %) begränsningar i marknadsföreling av konsumentkrediter utan säkerhet. Av dem som svarade understödde 31 procent ett totalförbud mot marknadsföreling, 45 procent en begränsning av image-marknadsföreling och 9 procent en partiell begränsning av marknadsföreling genom en begränsning av t.ex. kanalerna för reklamen eller klockslag. Av dem som svarade meddelade 5 procent att marknadsföreling inte ska begränsas alls.

### *Statistik över polisanmälan*

Enligt uppgifter från Polisstyrelsen registreras inte på ett strukturellt sätt i informationssystemet för polisären den (PATJA) uppgifter av vilka man entydigt kan sluta sig till hur många fall det har förekommit där en person via nätet har beställt nyttigheter med hjälp av en annan persons personbeteckning. Polisstyrelsen har dock strävat efter att bedöma det faktiska antalet beställningsbedrägerier genom att använda ett textanalysverktyg med hjälp av vilket man gick igenom alla brottsanmälningar som under perioden 1 januari 2020–30 november 2021 registrerats som

bedrägeribrott. Av dessa tolkade systemet sammanlagt 1 860 stycken som sådana fall där produkter beställts med en annan persons personuppgifter. Genomgången av resultaten av analysen visade att sökresultaten gick i rätt riktning. Enligt Polisstyrelsen är det sannolikt att det finns flera fall, eftersom det i materialet saknades sådana brottsanmälningar där brottsrubriceringen endast var identitetsstöld, även om det vid läsning av beskrivningen tydligt framgår att det också är fråga om bedrägeri. Enligt statistiken över brottsanmälningarna har antalet bedrägerier på webben ökat från år till år, och enligt Polisstyrelsens bedömning gäller detsamma även beställningsbedrägerierna.

## **2.2 Bedömning av nuläget**

### *Prisreglering*

Den nuvarande prisregleringsmodellen, som består av ett räntetak och ett separat tak för andra kreditkostnader än ränta, har varit i kraft i cirka tre år, vilket är en relativt kort tid för att bedöma konsekvenserna av prisregleringen. Bedömningen av konsekvenserna av den permanenta prisregleringen försvåras också av att den temporära prisregleringen samtidigt hann påverka en del av avtalen först från den 1 juli till den 31 december 2020 och därefter från den 1 januari till den 30 september 2021. Dessutom har coronavirusläget sannolikt haft en mycket större inverkan på det rådande läget än den temporära prisregleringen. Å ena sidan har konsumenternas tillgång till kredit och å andra sidan också konsumenternas återbetalningsförmåga kunnat försämrats på grund av coronavirusläget också i övrigt, t.ex. på grund av arbetslöshet eller någon annan omständighet som försvagar konsumentens kreditvärdighet. Dessutom har i enlighet med vad som konstateras i avsnitt 2.1.2 olika begränsningar för att bekämpa pandemin kraftigt minskat hushållens konsumtion och ökat sparandet i det akuta skedet av pandemin. De facto har den permanenta prisregleringen alltså varit i kraft en ganska kort tid då förhållandena inte skulle ha påverkats också av coronavirusläget och, i fråga om vissa krediter, av en temporär prisreglering vid sidan av den permanenta prisregleringen.

Preliminärt kan det konstateras att de senaste årens prisreglering inte i någon större utsträckning har försvårat konsumenternas möjligheter att få kredit. När man granskar konsekvenserna av den temporära prisregleringen med tanke på konsumenternas möjligheter att få kredit är det dock skäl att beakta att den temporära regleringen, till skillnad från den permanenta prisregleringen, inte alls gällde nyttighetsbundna krediter. Samtidigt har det under den allra senaste tiden kunnat observeras en minskning i antalet summariska tvistemål som gäller konsumentkrediter och som inkommit till tingsrätterna. Det är dock svårt att bedöma i vilken mån minskningen av antalet sådana summariska tvistemål beror på prisregleringen och i vilken mån minskningen beror på t.ex. att hushållens konsumtion minskat till följd av covid-19-epidemin.

I samband med beredningen av prisregleringen som trädde i kraft i september 2019 uttrycktes det oro över att det börjar bjudas ut större krediter än tidigare med längre kredittid än tidigare till konsumenterna, vilket betyder att det också blir möjligt att ta ut mer kreditkostnader. Det går inte att få exakta uppgifter om de beviljade kreditbeloppen, men åtminstone kan man inte ännu av tingsrätternas statistik skönja att kreditbeloppen eller kreditgränserna enligt kreditavtalen skulle ha stigit märkbart, med beaktande av att det före prisregleringsreformen var vanligt att kreditgränsen hade fastställts till 2 000 euro, varvid krediten stod utanför den tidigare prisregleringen. I de kreditavtal som ligger bakom konsumentkreditärenden som inlets vid tingsrätterna i januari–maj 2022 och som har omfattats av tillämpningsområdet för prisregleringen 2019 har det genomsnittliga kreditbeloppet eller kreditgränsen varit 2 825 euro och medianen för kreditbeloppet eller kreditgränsen 1 644 euro. Det finns inga uppgifter om kredittiderna i tingsrätternas datasystem, men i enlighet med vad som konstaterats ovan har enligt Finlands

Bank den genomsnittliga återbetalningstiden för nya konsumentkrediter utan säkerhet blivit längre efter 2019. Den allt vanligare marknadsföringen av olika kombinationslån tyder också på detta. Det är dock svårt att bedöma i vilken mån konsekvenser av detta slag uttryckligen beror på prisregleringen 2019 och i vilken mån utvecklingen hade varit likadan även utan regleringen.

Ett av syftena med den permanenta prisregleringsreformen var att göra prissättningen av de konsumentkrediter som bjuds ut på marknaden skäligare. Enligt en preliminär bedömning som baserar sig på en granskning av summariska tvistemål verkar bestämmelserna om konsumentkrediter ha påverkat som avsett, men självklart endast i fråga om de krediter som omfattas av reformen av prisregleringen. I de ärenden som kommer till behandling i domstolen är de av käranden angivna effektiva räntorna enligt konsumentkreditavtalen klart lägre för de krediter som omfattas av tillämpningsområdet för den nya prisregleringen än för de gamla kreditavtal som inte omfattas av den. Ett räntetak på 20 procent kan dock fortfarande anses vara relativt högt med tanke på stora krediter i euro med lång lånetid.

Förutom att prisregleringen har gjort det möjligt att jämka prissättningen av krediter har man med hjälp av regleringen också kunnat begränsa kreditgivarnas möjligheter att bedriva kreditgivning på en hög kreditrisknivå, varvid kreditgivarna har haft skäl att bättre än tidigare försäkra sig om konsumentens kreditvärdighet. Även om antalet summariska tvistemål som förs till tingsrätterna efter prisregleringen 2019 har minskat, i enlighet med vad som sagts ovan, är det värt att notera att de allra dyraste krediterna fortfarande är klart överrepresenterade i statistiken över domar i fordringsmål. Detta är delvis naturligt med beaktande av att den högre kreditrisk som är förenad med de konsumenter som använder de dyraste krediterna ibland också realiserar. Siffrorna tyder dock också på att krediter fortfarande beviljas konsumenter med exceptionellt hög kreditrisk. För att minska de negativa och långtgående konsekvenserna av överskuldssättning för en enskild konsument är det behövligt att försöka skärpa kreditgivarnas politik för beviljande av kredit.

Till skillnad från den temporära prisregleringen gällde prisregleringsreformen 2019 i enlighet med vad som konstaterats ovan inte alla kreditavtal som ingåtts före den 1 september 2019. Den huvudsakliga orsaken till lösningen var att prisregleringen enligt 2019 års reform hade en betydande inverkan på strukturen för prissättningen av krediterna, och det ansågs inte skäligt för kreditgivarnas del att föreslå en sådan ändring retroaktivt, i synnerhet till den del regleringen hade haft stor inverkan också på de krediter som inte varit förenade med särskilda problem. Lösningen var också typisk när det gäller avtalsrättslig reglering, eftersom avtalsrättsliga regleringar vanligen gäller endast avtal som ingås efter lagens ikraftträdande.

Det finns inga uppgifter att tillgå om i vilken mån de allra dyraste avtalen om fortlöpande kredit som ingåtts före den 1 september 2019 fortfarande är i kraft. Av tingsrätternas statistik framgår det att ett betydande antal kreditavtal som ingåtts före den 1 september 2019 fortfarande kommer till behandling i tingsrätten. I avtalen kan krediträntorna och de effektiva räntorna på krediten vara anmärkningsvärt höga. Enligt uppgifter som fåtts via Tuomas-systemet har den effektiva räntan för krediten i cirka 5 procent av de konsumentkreditavtal som ingåtts före den 1 september 2019 och som kommit till behandling i tingsrätterna 2020 och 2021, enligt vad käranden uppgett i stämningsansökan, varit över 200 procent och i cirka en procent av kreditavtalen över 300 procent. Det är sannolikt att till den del det är fråga om de allra dyraste fortlöpande krediter som beviljats före reformen 2019 och fortfarande är aktiva, finns det som gäldenärer främst konsumenter vars risk att råka i betalningssvårigheter är avsevärt större än för konsumenterna i genomsnitt, eftersom dessa gäldenärer inte har ersatt eller kunnat ersätta sina krediter som beviljats före reformen med krediter som är förenliga med den gällande prisregleringen och

som till sina kostnader är förmånligare. För att underlätta situationen för i synnerhet de konsumenter som har det sämst ställt är det skäl att ingripa i prissättningen av också sådana fortlöpande krediter som beviljats innan prisregleringen trädde i kraft.

### *Marknadsföring*

Konsumentkrediter marknadsförs i stor utsträckning genom utnyttjande av flera olika marknadsföringskanaler. Förutom genom traditionell televisions- och radioreklam marknadsförs krediterna aktivt på nätet. Vid reklam på nätet utnyttjas utöver sociala medier till exempel sökmotormarknadsföring samt kommersiellt samarbete med medier på nätet och nätpublikationer. Också direktmarknadsföring av krediter t.ex. per e-post är vanligt och den riktar sig särskilt till företagets nuvarande eller tidigare kunder. Det kan då vara fråga om exempelvis marknadsföring av ett skuldsaneringslån eller någon annan ny kredit. Åtminstone vissa kreditgivare har veterligen också sänt påminnelser till sina kunder om att beviljad kredit ännu inte har utnyttjats. Man kan försöka nå konsumenter som eventuellt är intresserade av krediter inte bara genom direktmarknadsföring utan också genom riktad marknadsföring. Även om både direktmarknadsföring och riktad marknadsföring är metoder för att nå bra lånekunder som sannolikt klarar återbetalningen av krediten klanderfritt och som även i övrigt har kontroll över sin användning av pengar, gör dessa marknadsföringssätt det möjligt att på ett påträngande sätt marknadsföra krediterna också till konsumenter som har ekonomiska svårigheter och till konsumenter som också i övrigt är särskilt benägna att använda krediten oöverbäddat.

Till konsumenterna marknadsförs också i allt större utsträckning olika möjligheter till betalningsanstånd särskilt vid köp av nyttigheter på nätet. Även om ett betalningsuppskov kan vara ett användbart sätt att periodisera nödvändiga anskaffningar till hushållet, kan ett omfattande utnyttjande av möjligheterna till betalningsuppskov försvåra uppfattandet av den faktiska ekonomiska situationen samt i värsta fall också leda till problem med överskuldsättning. Delvis syns det ökade utnyttjandet av möjligheterna till betalningsuppskov också i statistiken över domar i fordringsmål. Samtidigt som andelen ärenden som hör till ärendetypen ”konto- och engångskrediter samt snabb lån” enligt Asiakastieto Oy:s statistik har minskat något, har åter ärenden av typen ”köp via postorder och webbhandel” ökat något.

Likaså har olika slags tjänster för kreditjämförelse och andra tjänster för kreditförmedling blivit vanligare under de senaste åren, vilket också syns i form av ökad marknadsföring av sådana tjänster. Detsamma gäller olika tjänster för sammanslagning av lån. I praktiken är det när det gäller de sistnämnda tjänsterna fråga om en möjlighet att betala gamla krediter med en ny kredit. Det kan ibland vara ekonomiskt lönsamt för konsumenten att kombinera krediter och det kan också underlätta hanteringen av krediter. Marknadsföringen av sådana krediter kan dock anses problematisk i synnerhet när man vid marknadsföringen försöker skapa intryck av att en ny kredit löser konsumentens ekonomiska problem eller att krediten är ett slags verktyg för ekonomihantering. Vid marknadsföringen av sådana krediter strävar man också ibland efter att betona en liten månatlig post och på så sätt skapa en bild av kreditens förmånlighet, även om krediten de facto på grund av en lång återbetalningstid kan bli betydligt dyrare för konsumenten än hans eller hennes existerande krediter.

Problemet med marknadsföringen av krediter är vanligen att krediten kan presenteras som en bekymmersfri eller riskfri och snabb lösning på konsumentens ekonomiska problem. Marknadsföringen av krediter väddar ibland också mycket till känslorna, och ofta utnyttjas olika slags snedvridningar i konsumenternas beteende. Till dessa hör bland annat att i stället för välfärd på längre sikt betona stundens tillfredsställelse samt social påverkan till exempel så att en person

lånar pengar för att kunna konsumera lika mycket som andra. Vid sidan av de positiva konsekvenserna av kredittagning är det viktigt att också påminna konsumenterna om de eventuella negativa konsekvenserna av krediten.

Genom de allmänna bestämmelserna om marknadsföring och förfaranden i kundrelationer i konsumentskyddslagens 2 kap. kan man ingripa åtminstone i en del av de problem som upptäckts vid marknadsföringen av krediter. En central bestämmelse är dessutom den bestämmelse om god kreditgivningssed som fogades till konsumentskyddslagen 2010 och som ytterligare skärptes 2013 och som också lämpar sig för marknadsföring av krediter. Fördelen med den allmänna bestämmelsen om god kreditgivningssed är att man med hjälp av den kan ingripa i obehörig verksamhet i takt med att nya, tidigare okända förfaranden införs utan att de grundläggande bestämmelserna ständigt behöver ändras. Det har dock visat sig att det går långsamt och tar oskäligt mycket av tillsynsresurserna att enbart med stöd av allmänna bestämmelser behärska marknadsföringen av krediter. Det är uppenbart att regleringen av marknadsföringen av krediter behöver skärpas.

#### *Kontroll av kundens identitet*

Den reglering om skyldigheten att identifiera kreditsökande som trädde i kraft 2010 har fungerat relativt bra. Bland annat till följd av en betydande ökning av näthandeln och den digitala handeln över huvud taget motsvarar bestämmelserna om identifiering i konsumentskyddslagen dock inte, i synnerhet till sitt tillämpningsområde, dagens behov. Bestämmelserna omfattar för det första inte nyttighetsbundna engångskrediter. I enlighet med vad som sagts ovan grundade sig beslutet att lämna dessa krediter utanför regleringen på att sådana krediter vid den tidpunkt då regleringen gavs vanligen beviljades inom ramen för traditionell postförsäljning, och att det i anslutning till dessa krediter inte fanns något motsvarande missbruk som i fråga om de dåvarande snabblånen, som ursprungligen var orsaken till regleringsåtgärderna. Det kan också anses inkonsekvent att bestämmelserna inte i regel gäller situationer där kreditbeloppet eller kreditgränsen höjs.

De nuvarande bestämmelserna lämpar sig inte heller för situationer där konsumenten som betalningssätt väljer en faktura på vilken ingen ränta eller andra avgifter tas ut, eftersom det då över huvud taget inte är fråga om en kredit som omfattas av tillämpningsområdet för 7 kap. i konsumentskyddslagen. I dessa fall följer skyldigheten att använda stark kundautentisering inte heller av betaltjänstlagen, som i övrigt avsevärt har utvidgat användningsområdet för stark kundautentisering vid betalning enligt den lagen.

I de fall som faller utanför identifieringsskyldigheten enligt både konsumentskyddslagen och betaltjänstlagen kan t.ex. personbeteckning och andra uppgifter användas för identifiering av kunden. I verkligheten kan dock flera andra personer ha kännedom om personbeteckningen, vilket gör att personbeteckningarna också kan användas för att begå näthandelsbedrägerier. Problemet har aktualiserats särskilt i samband med det dataintrång i Psykoterapicentret Vastaamo som blev offentligt i slutet av 2020. Då hamnade tiotusentals personbeteckningar och hemsadresser i fel händer.

Målsägandenas möjligheter att förebygga brott av detta slag är begränsade, eftersom många målsägande inte nödvändigtvis vet att deras personuppgifter har hamnat i fel händer. Ett brottsoffer kan också bli offer för ett brott flera gånger innan han eller hon får kännedom om att hans eller hennes uppgifter missbrukats. Även om målsägandena kan frigöra sig från avtal som de inte har ingått, orsakar utredningen av ärendena lätt kostnader och andra olägenheter. Med tanke

på polisens resurser är det ett problem att undersökningen av bedrägerier som begåtts via nät-handeln binder en avsevärd mängd resurser hos polisen i förhållande till det straff som kan förutses för brotten. Undersökningen av fallen förutsätter att polisen skaffar information från företagen och eventuellt exempelvis med hjälp av upptagningar från övervakningskameror identifierar dem som avhämtar försändelser. Brottsskador kan inte bedömas på basis av tillgängliga uppgifter, men de varierar mellan några tiotals euro och tusentals euro i sådana fall där en stor mängd varor beställs.

Åtminstone en del av kreditgivarna och betaltjänstleverantörerna, som inte är skyldiga att identifiera sina kunder med hjälp av en stark autentiseringsmetod, har på andra sätt försökt förhindra bedrägerier och identitetsstöld. Med beaktande av de ovannämnda färskva uppskattningarna från Polisstyrelsen om antalet brottsanmälningar där en person via nätet beställt nyttigheter med hjälp av en annan persons personbeteckning, verkar de frivilliga åtgärderna från näringsidkarnas sida inte vara tillräckligt effektiva. För att förebygga missbruk i samband med kredittagning och betalning och för att förbättra konsumenternas ställning behöver användningsområdet för stark kundautentisering utvidgas jämfört med nuläget. Det finns också behov av att till övriga delar uppdatera regleringen.

### **2.3 Målsättning**

Syftet med propositionen är att minska skuldproblemen i samband med konsumentkrediter, styra prissättningen och marknadsföringen av konsumentkrediter i en riktning som är samhälls-  
ligt mer godtagbar och att förhindra missbruk i samband med kredittagning och betalning.

## **3 Förslagen och deras konsekvenser**

### **3.1 De viktigaste förslagen**

#### **3.1.1 Skärpt prisreglering och utvidgning av regleringen till gamla avtal**

I propositionen föreslås det att räntetaket sänks från nuvarande 20 procent till 15 procent. Avsikten med ändringen om en sänkning av räntetaket är att begränsa kreditgivarnas möjligheter att bedriva kreditgivning på den nuvarande kreditrisknivån och att samtidigt tygla utbudet av krediter för de konsumenter som har exceptionellt hög kreditrisk. Avsikten är att på detta sätt minska överskuldssättningen bland konsumenterna. Syftet med ändringen är dessutom att göra prissättningen av krediter mer skälig, i synnerhet när det gäller krediter som till beloppet är betydande och som har beviljats med lång lånetid.

Vid bedömningen av en lämplig nivå på räntetaket har en viktig utgångspunkt utöver uppnåendet av ovannämnda mål också ansetts vara att tillämpningsområdet för prisregleringen kan hållas så brett som möjligt. Ett brett tillämpningsområde stöds av skäl som har att göra med regleringens effektivitet och tydlighet och å andra sidan skäl som har att göra med likvärdig behandling av kreditgivare. Om det föreslås att räntetaket sänks till exempelvis 10 procent, skulle detta tillsammans med ett omfattande tillämpningsområde leda till att konsumenternas möjligheter att få kredit avsevärt försvåras. Samtidigt är risken för andra eventuella negativa konsekvenser i anslutning till det låga räntetaket, såsom risken för förlängda lånetider och större kreditbelopp, större.

Tillämpningsområdet för det föreslagna räntetaket är därför omfattande. Tillämpningsområdet för räntetaket ska omfatta både nyttighetsbundna krediter och rena penningkrediter oberoende av belopp. Enligt förslaget ska på samma sätt som för närvarande endast avbetalningsköp av trafikmedel samt bostadskrediter med realsäkerhet lämnas utanför räntetaket. I fråga om dessa



krediter är uttryckligen räntan för krediten i allmänhet betydligt lägre än det föreslagna räntetaket, och dessutom med tanke på dessa krediter kan räntan på 15 procent å sin sida vara ogrundat hög, i synnerhet till följd av att det är fråga om krediter med säkerhet.

Det nuvarande räntetaket är fast, dvs. det är inte bundet till referensräntan. Med beaktande av den eventuella och delvis redan realiserade räntehöjningen samt att nivån på det föreslagna räntetaket är relativt låg, kan ett fast räntetak förhindra att Europeiska centralbanken höjer räntorna på konsumtionskrediter och därmed stör den penningpolitiska transmissionsmekanismen. Därför föreslås det att räntetaket binds till den referensränta som avses i 12 § i räntelagen. Referensräntan är för närvarande (1 juli–31 december 2022) 0 procent. Eftersom syftet med propositionen är att sänka räntetaket från det nuvarande, får räntan på krediten enligt kreditavtalet dock inte överstiga 20 procent. Det räntetak på 20 procent som tillämpas redan nu ska alltså enligt förslaget fungera som en absolut övre gräns i det fall att referensräntan stiger över 5 procent.

Det föreslagna räntetaket på 15 procent gäller för det första kreditavtal som ingås efter lagens ikraftträdande. Dessutom föreslås det att räntetaket ska tillämpas också på sådana avtal om fortlöpande kredit som ingåtts före lagens ikraftträdande till den del nya utnyttjanden görs med stöd av dessa avtal efter lagens ikraftträdande. Bestämmelserna har således delvis konsekvenser också för avtal som ingåtts före lagens ikraftträdande. Särskilt sådana krediter som har beviljats före september 2019 och som då lämnades utanför prisregleringen kan vara mycket dyra. Genom att utsträcka regleringen till att gälla även gamla avtal som gäller fortlöpande kredit kan man beakta en betydligt större grupp konsumentkrediter än om regleringen endast gäller avtal som ingås efter lagens ikraftträdande. På detta sätt kan reformen påverka i synnerhet de konsumenter som har den svagaste ekonomiska ställningen, eftersom man kan anta att alla de konsumenter som har haft möjlighet till det redan har ersatt sina tidigare dyra krediter med förmånligare krediter genom konkurrensutsättning.

Till den del det är fråga om kreditavtal som omfattas av den nuvarande regleringen som gäller maximibeloppet för kreditkostnader (konsumentskyddslagens 7 kap. 17 a §) blir utöver räntetaket ett så kallat kreditkostnadstak tillämpligt med avseende på sådana kreditkostnader som tas ut i annan form än ränta och som avses i paragrafens 2 och 3 mom. Liksom för närvarande tillämpas bestämmelserna om kreditkostnadstaket endast på kreditavtal som har ingåtts tidigare den 1 september 2019. Under beredningen av förslaget övervägdes också möjligheten att utsträcka kreditkostnadstaket till att gälla avtal om fortlöpande kredit som ingåtts före den 1 september 2019, men detta föreslogs slutligen inte. Orsakerna till avgörandet framgår av avsnitt 4.1.

Om en kreditgivare eller en kreditförmedlare bryter mot bestämmelserna gällande kreditkostnadstaket, är konsumenten inte skyldig att betala ränta på krediten eller andra kreditkostnader. Påföljden är alltså densamma som i den nuvarande bestämmelsen om kreditkostnadernas maximibelopp. Även om det inte föreslås att ett kreditkostnadstak ska tillämpas på avtal om fortlöpande kredit som ingåtts före den 1 september 2019, ligger också förlusten av andra kreditkostnader än ränta vid överträdelse av bestämmelserna i linje med att påföljden redan för närvarande är densamma när kreditgivaren enbart bryter mot räntetaket. Genom övergångsbestämmelserna säkerställs det att inte enbart brott mot det nya räntetaket kan leda till förlust av de kreditkostnader som hänför sig till tiden före ikraftträdandet av ändringen.

Att bestämmelserna om räntetak till vissa delar utsträcks också till avtal som ingåtts före lagens ikraftträdande kan väcka en fråga om huruvida en eventuell räntesänkning kan kompenseras genom en höjning av andra avgifter som tas ut för krediten. Till denna del kan det konstateras att kreditgivarnas rätt att ändra de avgifter som tas ut med anledning av kreditavtalet begränsas

avsevärt av 7 kap. 24 § 4 mom. i konsumentkyddslagen. Enligt momentet får de avgifter som tas ut med anledning av kreditavtalet ändras endast på grunder som specificerats i avtalet och en avgiftshöjning får inte vara större än den faktiska ökning som kreditgivaren haft i de kostnader på grund av vilka avgift enligt kreditavtalet tas ut. I förarbetena till lagen konstateras det att det alltså måste finnas ett orsakssamband mellan avgiftsgrunden och höjningsgrunden (RP 77/2016 rd, s. 50). Eftersom en eventuell sänkning av krediträntan är en inkomstförlust och inte en faktisk ökning för kreditgivaren av de kostnader som ligger till grund för att en viss avgift eventuellt tas ut, kan räntesänkningen inte berättiga till en höjning av de avgifter som tas ut för krediten.

### 3.1.2 Skärpning av regleringen av marknadsföringen av konsumentkrediter

I propositionen föreslås också en skärpning av regleringen av marknadsföringen av krediter. När regleringsmodellerna övervägts har man utöver de randvillkor som ställs i grundlagen beaktat att marknadsföringsbestämmelserna har konsekvenser också för konkurrensen på marknaden. Uppmärksamhet har också fästs vid att olika begränsningar av tillämpningsområdet har visat sig vara särskilt problematiska i regleringen av krediter, och därför har det ansetts ändamålsenligt att välja regleringsmodeller som kan tillämpas på alla typer av krediter. Vid övervägande av lagstiftningslösningar som gäller marknadsföring har särskild uppmärksamhet fästs vid hurdana lösningar man har gått in för i jämförelseländerna.

Det föreslås för det första att bestämmelsen om god kreditgivningssed ändras så att det i bestämmelsen mer exakt än för närvarande preciseras vilken typ av marknadsföring som särskilt ska anses strida mot god kreditgivningssed. Avsikten med ändringarna är att ingripa i vissa konkreta osakliga förfaranden som upptäckts vid marknadsföringen av krediter samt att också i allmänhet försöka konkretisera innehållet i bestämmelsen om god kreditgivningssed i synnerhet med tanke på marknadsföringen. De förfaranden som föreslås bli uppräknade i bestämmelsen kan redan nu till många delar anses strida mot bestämmelsen om god kreditgivningssed, men tills vidare har dessa förfaranden inte kunnat åtgärdas i tillräcklig grad genom den tillsyn som utövas med stöd av den allmänna bestämmelsen.

Som exempel på förfaranden som det föreslås att uttryckligen strider mot god kreditgivningssed kan nämnas marknadsföring som riktas till konsumenter som har en anteckning om betalningsstörning eller som annars kan antas ha svårigheter fullgöra sina skyldigheter enligt kreditavtalet på behörigt sätt. Särskilt med tanke på marknadsföringen av tjänster för jämförelse av krediter är förbudet att föra fram att krediten är förmånligare än konsumentens befintliga krediter av betydelse, om påståendet är osant eller vilseledande eller om påståendet inte kan styrkas på något annat sätt. Med tanke på unga vuxna är i synnerhet förbudet mot att hävda att kredittagningen främjar konsumentens sociala framgång eller den sociala acceptansen av konsumenten av betydelse. Förbudet mot att koppla användningen av kredit till speltjänster eller rikta marknadsföringen till konsumenter som kan antas använda krediten till speltjänster kan i sin tur vara av betydelse för konsumenter med spelberoende. Med hjälp av bl.a. förbud mot reklam för krediter med sådana villkor där kreditkostnaderna kan överstiga kapitalbeloppet syftar man till att ingripa i marknadsföringen av krediter med ytterst små månatliga belopp och långa återbetalningstider.

Jämfört med den tillsyn som grundar sig på den nuvarande allmänna bestämmelsen om god kreditgivningssed är det nya att brott mot de föreslagna nya bestämmelserna kan leda till att inte bara förbud utan också påföljdsavgift påförs. Möjligheten till påföljdsavgift anses viktig med tanke på bestämmelsernas effektivitet, eftersom den avskräckande effekten och andra konsekvenser av förbud som enbart riktar sig mot framtiden, framför allt i fråga om bestämmelser om marknadsföringen, kan vara ringa till följd av den eventuellt korta marknadsföringskampanjen.

Detta innebär att nyttan av överträdelsen av bestämmelserna eventuellt redan har hunnit uppnås innan förbudet meddelas.

I propositionen föreslås dessutom bestämmelser om i vilken ordning de tillgängliga betalningssätten vid försäljning av nyttigheter på nätet ska presenteras för konsumenten när han eller hon väljer betalningssätt. Till denna del är avsikten att försöka förhindra att konsumenterna i första hand erbjuds kredit eller andra betalningssätt med betalningsanstånd och att konsumenten på grund av detta i onödan utnyttjar möjligheten att skjuta upp betalningen. Dessutom ska det vara förbjudet att använda ett visst betalningssätt som standardval, om konsumenten tillhandahålls flera betalningssätt. Syftet med den sistnämnda ändringen är att konsumenten medvetet ska välja det betalningssätt som passar honom eller henne och åtminstone inte utan särskilt övervägande utnyttja möjligheterna till betalningsanstånd. Förutom att betalningsanståndet kan leda till överskuldssättning för konsumenterna, kan flera samtidiga uppskov med betalningen också på ett allmännare plan försvåra ekonomihanteringen, oberoende av om extra kostnader tas ut för betalningarna eller inte. Motsvarande reglering har nyligen införts i Sverige (se avsnitt 4.2 nedan).

Också brott mot bestämmelserna om presentation av betalningssätten kan enligt förslaget leda till att inte bara ett förbud meddelas utan också att en påföljdsavgift påförs. Möjligheten till påföljdsavgift anses viktig med tanke på en effektiv reglering.

I beredningsskedet har det också tagits upp flera andra sätt att skärpa bestämmelserna om marknadsföringen. De beskrivs närmare nedan i avsnitt 4.1.

### 3.1.3 Utvidgning av skyldigheten att identifiera kunder

I propositionen föreslås flera ändringar också i konsumentskyddslagens bestämmelser om identifiering av kunder. Syftet är att förhindra missbruk i samband med kredittagning och betalning.

För det första föreslås det att skyldigheten att kontrollera en låntagares identitet enligt konsumentskyddslagens 7 kap. om konsumentkrediter utsträcks till att gälla också sådana nyttighetsbundna engångskrediter som omfattas av kapitlets tillämpningsområde och som för närvarande inte omfattas av tillämpningsområdet för bestämmelsen om identifieringsskyldigheten. Om identiteten kontrolleras elektroniskt, ska det således vid identifieringen också i fråga om dessa krediter i princip användas sådan stark autentisering som avses i lagen om stark autentisering och betrodda elektroniska tjänster (617/2009), nedan autentiseringslagen.

Enligt den gällande lagen får, om kreditgivaren redan tidigare noggrant har kontrollerat konsumentens identitet, identiteten också kontrolleras med hjälp av den personliga identifikator som skapades för konsumenten efter den inledande identifieringen, t.ex. en pinkod för konsumenten. Enligt förslaget ska denna möjlighet att använda en s.k. svag autentiseringsmetod strykas ur lagen. Undantaget har ursprungligen behövts, eftersom ansökan om sms-lån annars skulle ha förhindrats helt och hållet till följd av att det inte ännu fanns mobilcertifikat och andra identifieringsmetoder som lämpade sig för ändamålet. För närvarande används mobilcertifikat, och dessutom beviljas veterligen inte längre sms-lån, och därför anses det inte befogat att bibehålla möjligheten till undantag i lagen. För att ändringen dock inte ska försvåra skötseln av ärenden på nätet för sådana konsumenter som inte förfogar över sådana verktyg för stark autentisering som uppfyller kriterierna i autentiseringslagen, utan endast sådana identifieringsverktyg som uppfyller kriterierna för stark kundautentisering enligt betaltjänstlagen, föreslås det i propositionen att man vid elektronisk identifiering i fortsättningen också ska kunna utnyttja enbart sådana identifieringsverktyg som uppfyller kraven i betaltjänstlagen.

Enligt den gällande bestämmelsen om kontroll av låntagarens identitet ska kunden identifieras innan ett kreditavtal ingås. I propositionen föreslås det att bestämmelsen ändras också till denna del så att stark kundautentisering krävs i samband med ansökan om ny kredit och höjning av kreditgränsen eller kreditbeloppet. Ändringen innebär för det första att kunden alltid ska vara starkt identifierad också när kreditgränsen eller kreditbeloppet höjs. Dessutom innebär ändringen i synnerhet vid skötsel av ärenden via en nätbank att kunden ska identifieras separat vid ansökan om kredit samt vid höjning av kreditbeloppet eller kreditgränsen, och det är således inte tillräckligt att kunden har identifierats vid inloggningen till nätbanken.

Dessutom föreslås det att skyldigheten att kontrollera kundens identitet med hjälp av stark kundautentisering utvidgas till att gälla alla de situationer där konsumenten vid skötsel av ärenden på nätet väljer ett betalningssätt som avser betalningsanstånd och där 7 eller 7 a kap. i konsumentskyddslagen eller betaltjänstlagen inte redan för närvarande tillämpas på betalningssättet. I praktiken innebär ändringen att kravet på stark kundautentisering i fortsättningen ska gälla alla de situationer där konsumenten väljer faktura som betalningssätt på nätet.

Det föreslås att den sistnämnda bestämmelsen fogas till konsumentskyddslagens 6 kap. om hemförsäljning och distansförsäljning. Därmed fastställs också bestämmelsens tillämpningsområde i princip enligt tillämpningsområdet för det kapitlet, med den begränsningen att bestämmelsen endast gäller inköp av nyttigheter via nätet. Det föreslås att främst sådana situationer undantas från identifieringsskyldigheten där risken för missbruk bedöms vara liten samtidigt som identifieringsskyldigheten medför en oskälig börda för näringsidkarna. På denna grund föreslås det att exempelvis situationer där en konsument via nätet beställer hem en städtjänst som i efterskott faktureras en näringsidkare undantas från tillämpningsområdet för bestämmelserna om identifiering.

## **3.2 De huvudsakliga konsekvenserna**

### **3.2.1 Konsekvenser för statsfinanserna och för myndigheternas och domstolarnas verksamhet**

Propositionen har inga betydande konsekvenser för statsfinanserna.

Sänkningen av räntetaket förutsätter ändringar i tingsrättens informationssystem, eftersom kändandena behöver meddela både den kreditränta som avtalats under den tidigare lagens giltighetstid och den kreditränta som avtalats i och med ikraftträdandet av den nya lagen, med tanke på de situationer där det har varit nödvändigt att sänka krediträntan i och med att bestämmelserna om räntetak stramats åt. Ändringar måste göras åtminstone i domstolarnas ärendehanteringssystem (Tuomas), i systemet Santra som används av indrivningsbyråerna, i den webbaserade e-tjänsten samt i domregistret. Enligt Rättsregistercentralens preliminära uppskattning uppgår kostnaderna för ändringarna till cirka 106 000 euro och hänför sig till 2023. I kostnadsalkylen hänför sig 40 000 euro (cirka 47 dagsverken) och 6 000 euro (cirka 6 dagsverken) till systemleverantörernas kostnader och 60 000 euro till kostnaderna för den arbetsmängd som föranleder Rättsregistercentralen. Avsikten är att Rättsregistercentralen fakturerar Domstolsverket för dessa kostnader. Därutöver måste ändringar göras i systemet Uljas som används vid utsökning. De uppskattade kostnaderna för dessa ändringar är cirka 20 000 euro.

Motsvarande ändringar ska beaktas också i domstolarnas kommande datasystem AIPA i det skede då systemet tas i bruk för summariska tvistemål. Till denna del är det dock inte ännu i detta skede möjligt att lägga fram en separat kostnadsalkyl.

De ändringar som föreslås i fråga om prisregleringen inverkar också på domstolarnas arbetsmängd. Särskilt domares och tingsnotariers arbetsmängd kan öka bland annat på grund av behovet av anvisningar till kanslipersonal. På motsvarande sätt medför de föreslagna ändringarna i konsumentskyddslagen åtminstone i inledningsfasen extra arbete för konsumentombudsmanen och Finansinspektionen. Myndigheterna måste uppdatera sina anvisningar samt effektivisera sina tillsynsåtgärder i synnerhet i den fas då ändringarna träder i kraft.

Både domstolarnas och tillsynsmyndigheternas arbetsmängd kan också öka om man syftar till att kringgå den skärpta prisregleringen genom att föreslå att vissa kostnadsposter inte ska betraktas som kreditkostnader utan som kostnader som inte omfattas av definitionen av kreditkostnader och således också som kostnader som inte omfattas av prisregleringen. Detta kan i någon mån öka behovet av att i domstol avgöra fordringsmål till vissa delar genom dom i stället för genom tredsdom. Behandlingen av ärenden som gäller konsumentkrediter kan överlag fördröjas något till följd av att de bestämmelser om konsumentkrediter som varit föremål för flera ändringar åter ändras, vilket leder till att regleringen blir mer komplicerad.

De ändringar som föreslås i fråga om prisregleringen kan öka den manuella granskningen vid domstolarna och öka domstolarnas arbetsmängd i någon mån under de år som följer efter att ändringarna trätt i kraft. En eventuell ökning av arbetsmängden blir aktuell med en viss fördröjning, när det till domstolarna efter ikraftträdandet i allt högre grad kommer in ärenden som den nya regleringen tillämpas på. I enlighet med vad som konstateras i avsnitt 2.1.2 har antalet summariska tvistemål som gäller konsumentkrediter minskat under den senaste tiden, men det minskade antalet ärenden innebär inte nödvändigtvis att arbetsmängden minskar åtminstone på kort sikt.

På längre sikt kan de ändringar som nu föreslås dock leda till att de summariska tvistemålen blir färre och att arbetsmängden på grund av dem minskar å ena sidan därför att en prisreglering som är mer skärpt än för närvarande ytterligare begränsar kreditgivarnas möjligheter att bedriva kreditgivning på en kreditrisknivå lik den nuvarande, och å andra sidan därför att det i och med den utvidgade prisregleringen är troligt att sådana mål minskar i antal där det med stöd av direktivet om oskäligen villkor (rådets direktiv 93/13/EEG om oskäligen villkor i konsumentavtal) måste ingripas i skäligen prisvillkor på tjänstens vägnar.

På motsvarande sätt bedöms det för tillsynsmyndigheternas del att ändringarna inte kräver extra resurser, utan uppgifterna kan skötas genom prioriteringar inom tillsynen. Det är också av betydelse att det vid överträdelse av de föreslagna bestämmelserna ska kunna vara möjligt att föreslå att påföljdsavgift påförs, vilket bidrar till att effektivisera efterlevnaden av och tillsynen över bestämmelserna.

Reformen som gäller identifiering av kunder bedöms ha en något minskande effekt på polisens arbetsmängd på grund av att möjligheten att utföra näthandelsbedrägerier genom att användning av en annan människas personbeteckning och andra uppgifter försvåras. I enlighet med vad som konstateras ovan binder utredningen av bedrägerier för närvarande en avsevärd mängd resurser hos polisen i förhållande till det straff som kan förutses för brottet.

### 3.2.2 Konsekvenser för samhällsekonomin

Enligt Finlands Banks uppskattning kan en permanent sänkning av räntetaket i någon mån minska konsumtionen för de hushåll vars tillgång till kredit försvåras eller förhindras helt och hållet. Antalet sådana hushåll är dock sannolikt så litet att de direkta konsekvenserna för den totala konsumtionen torde bli små. Kreditrisken för dessa hushåll är dock sannolikt också störst, så en sänkning av räntetaket och en försvårad tillgång till kredit för hushåll med hög risk kan

enligt Finlands Banks bedömning på motsvarande sätt minska de risker som hushållens skuldsättning medför i en situation med ekonomiska störningar.

### 3.2.3 Konsekvenser för konsumenternas och näringsidkarnas ställning

#### *Ändring av prisregleringen*

Sänkningen av räntetaket begränsar möjligheterna för kreditgivare som beviljar de krediter som har den högsta räntan att bedriva kreditgivning på en kreditrisknivå som motsvarar den nuvarande när man dessutom beaktar att det strikta kreditkostnadstaket, vid sidan av räntetaket, också påverkar. Detta kan innebära att det blir svårare för vissa konsumenter att få kredit. Utifrån erfarenheterna av den temporära prisregleringen torde man dock kunna bedöma att en måttlig sänkning av räntetaket på det föreslagna sättet inte väsentligt inverkar på konsumenternas möjligheter att få kredit. Även erfarenheterna från Nederländerna pekar i samma riktning, även om det finns vissa skillnader mellan kreditmarknaden i Finland och Nederländerna som gör att det inte finns skäl att dra några direkta slutsatser av systemet i Nederländerna. I Nederländerna har man t.ex. redan länge haft ett relativt täckande positivt kreditupplysningsregister.

De ökade svårigheterna att få kredit är förenade med både positiva och negativa drag. Det kan anses vara positivt och värt att främja att det blir svårare att få kredit i sådana fall då skuldsättningen beror på olika problem med livskompetensen, såsom spelproblem eller något annat beroende, eller när konsumenten av någon annan orsak har hamnat i en skuldspiral och därför t.ex. har amorterat sina existerande krediter genom att nya krediter. Då kan ökade svårigheter att få kredit förhindra uppkomsten av djupare skuldproblem. Antalet betalningsstörningar kan dock tillfälligt öka om en sådan ond cirkel bryts. Till denna del kan man föra fram en nyligen antagen lag genom vilken lagringstiden för uppgifter om betalningsstörningar ändrades (se lagen om ändring av kreditupplysningslagen 331/2022).

Svårigheterna att få kredit drabbar vanligen de konsumenter vars kreditrisk är hög t.ex. på grund av små eller oregelbundna inkomster och för vilka priserna på de krediter som bjuds ut är de dyraste. Det kan anses vara positivt att det blir svårare att få kredit till den del en försvårad tillgång till kredit minskar möjligheten att t.ex. avhjälpa brister i den nödvändiga försörjningen med hjälp av dyra krediter eller minskar överskuldsättning till följd av bristfällig ekonomisk kompetens hos unga vuxna. Däremot är en försämrad tillgång till kredit en negativ omständighet, om inte heller sådana konsumenter får kredit som på lång sikt har en hållbar betalningsförmåga som tillfälligt har försämrats, t.ex. på grund av en plötslig förändring i livssituationen. Detta kan medföra svårigheter att göra också alldeles vanliga dagliga inköp på kredit. Exempelvis kortkrediter har betydelse som instrument för trygg betalning med beaktande av bestämmelsen i 7 kap. 39 § i konsumentskyddslagen om solidariskt ansvar för kreditgivaren och säljaren eller tjänsteleverantören, och om vissa konsumenters möjligheter att få kortkredit försvåras, kan dessa konsumenter inte heller utnyttja det skydd som bestämmelsen ger vid betalningen. Särskilt för mindre bemedlade konsumenter kan också möjligheten till avbetalning vara ett viktigt sätt att periodisera nödvändiga anskaffningar till hushållet. Å andra sidan väntas det positiva kreditupplysningsregister som tas i bruk i april 2024 underlätta bedömningen av konsumentens kreditvärdighet, när man får mer heltäckande oberoende information än tidigare om konsumentens existerande skuldförhållanden. Detta kan underlätta tillgången till kredit för åtminstone en del av de konsumenter vars tillgång till kredit annars kan försvåras till följd av sänkningen av räntetaket. En eventuell utveckling i denna riktning upptäcks dock med fördröjning efter det att registret har tagits i bruk.

Med tanke på att möjligheterna att få kredit eventuellt försvåras är det också viktigt att tillgången till krediter till rimligt pris främjas i Finland. Av betydelse i detta avseende är den proposition som är under beredning vid social- och hälsovårdsministeriet, enligt vilken social kreditgivning ska vara en lagstadgad uppgift som ordnas i välfärdsområdena (se VN/23753/2021).

En sänkning av räntetaket innebär också att en del konsumenter kan få kredit till ett förmånligare pris än för närvarande. Denna konsekvens gäller i synnerhet de konsumenter som för närvarande har använt sig av de dyraste konsumentkrediterna men till vilka kreditgivarna är beredda att bevilja kredit också till lägre ränta när lagstiftningen så kräver. På de totala kostnader som konsumenterna ska betala och samtidigt också på hur djupgående eventuella skuldproblem är inverkar dock också hur stora krediter och på hur lång lånetid konsumenterna beviljas, och det är möjligt att en sänkning av räntetaket lockar till att öka beloppen för de krediter som beviljas konsumenterna och framför allt till att förlänga lånetiderna, varvid också kreditkostnader kan tas ut i högre grad. Redan prisregleringsreformen 2013 bidrog till att lånebeloppen ökade och lånetiderna förlängdes. Det är dock möjligt att öka lånebeloppen och förlänga lånetiderna även om räntetaket inte sänks, och om en sådan utveckling accelererar blir de totala kostnader som konsumenten ska betala större än om räntetaket var lägre än nu.

En del konsumenter erbjuds i vilket fall som helst krediter vars ränta klart ligger under räntetaket, och för dessa konsumenter skulle en sänkning av räntetaket snarare kunna leda att räntorna höjs i någon mån, om man antar att de minskade ränteinkomsterna ökar trycket för kreditgivarna att höja räntorna på de förmånligare krediter som står till buds. Konkurrensen om goda lånekunder minskar sannolikt denna risk. Hur man försöker kompensera inkomstbortfall till följd av sänkningen av räntetaket beror på kreditgivarnas egna affärsmässiga lösningar.

Efter att den föregående permanenta prisregleringen trädde i kraft har en del mindre inhemska företag som beviljar snabbblån upphört med sin verksamhet och en del slutat bevilja nya lån efter 2019. Även den temporära prisregleringen har veterligen haft liknande effekter. Det är möjligt att en sänkning av räntetaket och andra lagstiftningsreformer som inletts stärker denna utveckling och leder till att lånemarknaden i allt högre grad koncentreras till större inhemska och utländska kreditinstitut.

Det har förts fram att en sänkning av räntetaket och därigenom en försvårad tillgång till kredit för vissa konsumenter också kan öka risken för att en grå kreditmarknad utvecklas. Enligt Polisstyrelsens bedömning är risken för en tillväxt på en sådan kreditmarknad eller till och med för en ökad skuldsättning som helt står utanför samhällets kontroll desto sannolikare ju svårare det blir jämfört med nuläget för redan skuldsatta konsumenter att få kredit. Eftersom det föreslås att räntetaket ska sänkas endast måttligt, anses risken för utvecklingen av en grå kreditmarknad vara liten. Vid bedömningen har man också beaktat att det inte har uppstått någon grå kreditmarknad, trots att det också för närvarande i Finland finns nästan 400 000 personer med betalningsstörningar. De står på grund av sin betalningsstörning huvudsakligen utanför lånemarknaden och kunde lika väl vara potentiella kunder på den grå kreditmarknaden.

Att räntetaket utsträcks till att omfatta även fortlöpande krediter som beviljats före lagens ikraftträdande kan för kreditgivarna leda till att sådana kreditavtal sägs upp som inte är lönsamma för kreditgivarna när den nya prisregleringen införs. En sådan utveckling är möjlig t.ex. när den allmänna räntenivån stiger avsevärt, varvid kostnaderna för anskaffning av finansiering inte nödvändigtvis, till följd av prisregleringen, kan överföras till prissättningen av krediterna i samma utsträckning som utan prisregleringen. Önskan att säga upp gamla avtal om fortlöpande kredit kan också vara en följd av systemtekniska skäl. Det är oklart hur stor grupp konsumenter en sådan risk de facto skulle gälla. I samband med beredningen av den gällande prisregleringen som trädde i kraft den 1 september 2019 lade ett företag specialiserat på konsumentkrediter med

hög ränta för justitieministeriet fram en grov uppskattning enligt vilken en retroaktiv tillämpning på fortlöpande krediter av den reform som då bereddes skulle ha inverkat på cirka 200 000 gällande avtal som ingåtts av företag inom snabblånebranschen. Då bedömdes det dock också att avtal om fortlöpande krediter inte är aktiva i mer än några år från det att avtalet ingåtts, åtminstone inte hos alla kreditgivare, vilket stöder det faktum att det inte längre är i kraft betydande mängder avtal om fortlöpande krediter som helt står utanför prisregleringen. Å andra sidan kan t.ex. ett kreditförhållande mellan banken och dess kreditkortsklient i praktiken vara mycket långvarigt. I fråga om inhemska kreditinstitut och deras kunder bedöms konsekvenserna av ändringen dock som helhet vara rätt små, eftersom endast enstaka kreditinstituts kreditortiment överlag omfattar krediter där räntan med nuvarande räntenivå överskrider 15 procent, och dessa krediters andel av kreditbeståndet är i vilket fall som helst liten.

En utvidgning av bestämmelserna om räntetak till att gälla gamla fortlöpande krediter kan innebära betydande behov av att ändra informationssystemen hos de kreditgivare som erbjuder de allra dyraste krediterna, eftersom de i fortsättningen ska precisera under vilken tid krediten har utnyttjats, kreditbeloppet och hur hög ränta man har kommit överens om att betala för raten i fråga. Detsamma gäller indrivningsbyråer som svarar för indrivningen av sådana krediter. Suomen Perimistöimistöjen Liitto ry har uppskattat att ändringen medför kostnader på i genomsnitt cirka 100 000 euro för en enskild indrivningsbyrå. Enligt uppskattningen kan kostnaderna rentav uppgå till 200 000 euro för en enskild indrivningsbyrå.

En bindning av räntetaket till den referensränta som avses i 12 § i räntelagen och samtidigt bevarande av den absoluta övre gränsen på 20 procent kan leda till att räntevillkoren i kreditavtal blir mer komplicerade än för närvarande. Detta gäller i synnerhet om man beslutar att binda krediträntan t.ex. till en referensränta lik euribor, som alltså är en annan sak än den referensränta som avses i 12 § i räntelagen. Det kan anses problematiskt att villkoren eventuellt blir mer komplicerade, i synnerhet ur konsumenternas synvinkel. I vissa fall kan risken dock ur kreditgivarnas synvinkel då vara att räntevillkoret av misstag har formulerats så att det strider mot den föreslagna 7 kap. 17 a § i konsumentskyddslagen. En överträdelse av den bestämmelsen leder till att konsumenten inte är skyldig att över huvud taget betala ränta eller andra kreditkostnader, och det saknar betydelse om det är fråga om ett misstag eller inte. Kreditgivaren arbetar dock professionellt och kreditgivarens uppgift är att säkerställa lagenligheten i sin prissättning och i sista hand bära risken för att den överensstämmer med tvingande lagstiftning. Genom att ha en enkel och klar struktur på prissättningen kan kreditgivaren försäkra sig om att räntetaket och kreditkostnadstaket inte överskrider.

Bestämmelserna om räntan på en kredit återspeglas i typiska fall också på dröjsmålsräntan, om det för krediten har krävts dröjsmålsränta enligt 4 § 2 mom. i räntelagen, det vill säga enligt samma grund som före förfallodagen. Den föreslagna ändringen av räntetaket kan för dröjsmålsräntans del innebära att det i fortsättningen inte kan tas ut en lika hög dröjsmålsränta hos konsumenten som för närvarande. Denna effekt hänför sig till betalningsdröjsmål i anslutning till de allra dyraste krediterna och i synnerhet till sådana avtal om fortlöpande kredit som ingåtts före den 1 september 2019 och där nya uttag görs. Också av detta följer att kreditgivare och indrivningsbyråer vid dröjsmål med betalningen ska specificera de obetalda kapitalposterna enligt vilken typ av ränta och därmed också dröjsmålsränta som enligt avtalet tas ut på det obetalda kapitalet.

En ändring av prisregleringen kan också ha återverkningar på vissa andra finansiella tjänster än konsumentkrediter. För det första är det möjligt att den skärpta prisregleringen av konsumentkrediter lockar kreditgivarna att rikta sin kreditgivning till småföretag som inte omfattas av bestämmelserna om konsumentskydd. Till denna del finns det skäl att påpeka att det för närva-



rande utreds om det skulle vara ändamålsenligt med ytterligare reglering för att bekämpa skuldproblemen i småföretag, och om det är möjligt, vilket slags lagstiftningslösningar som kunde genomföras. (<https://tietokayttoon.fi/-/selvitys-pienyritysluotonannon-saantelyvaihtoehdoista>). Bakom utredningen ligger den riktlinje som statsminister Sanna Marins regering vid halvtidsöversynen och ramförhandlingarna den 29 april 2021 slog fast och som gäller utredning av olika lagstiftningsalternativ för att bekämpa skuldproblem orsakade av företagens snabbkrediter.

Dessutom har enligt uppgift från Försäkrings- och finansrådgivningen (FINE) organisationens investeringsrådgivning kontaktats av allt fler kunder som har placerat sina medel i s.k. preferensaktier hos aktörer som erbjuder snabbblån. Preferensaktier har varit lockande investeringsobjekt, eftersom den utlovade ränteavkastningen har varit högre än för andra investeringsprodukter. Detta har enligt uppgift från Försäkrings- och finansrådgivningen grundat sig på att de företag som varit investeringsobjekt har kunnat låna ut det kapital de erhållit genom emittering av preferensaktier till andra konsumenter, i form av krediter till hög ränta. I och med prisregleringen har dessa aktörers kassaflöden minskat, och till följd av detta har, enligt uppgift från Försäkrings- och finansrådgivningen, de som investerat i preferensaktier meddelats om att det tills vidare inte görs återköp av investeringarna och att avkastning inte betalas. I praktiken har kunderna alltså inte fått avkastning på sina tillgångar och inte heller sina pengar tillbaka, även om företagen vid marknadsföringen har meddelat att de kommer att lösa in preferensaktierna, om investeraren så önskar. Det är möjligt att problem av detta slag ökar i och med att prisregleringen skärps ytterligare.

#### *Bestämmelser om innehållet i marknadsföringen av krediter*

Det bedöms att skärpningen och preciseringen av bestämmelserna om god kreditgivningssed minskar sådan marknadsföring av krediter som kan betraktas som osaklig och därmed också oövertäget tagande av kredit i alla konsumentgrupper. I synnerhet unga personer har i tidigare utredningar identifierats som särskilt utsatta för marknaden, i synnerhet till den del det i marknadsföringen föreslås att de nyttigheter som skaffas på kredit ska öka den sociala acceptansen (se Katja Järvelä, Anu Raijas och Mika Saastamoinen: Pikavippiongelmien laatu ja laajuus. Konkurrens- och konsumentverkets utredningar 3/2019, finns enbart på finska). Den föreslagna regleringen förväntas också minska möjligheten att genom marknadsföringen ge ett sådant intryck och därmed bidra till att förhindra att kredit söks av sådana skäl. Förbudet mot marknadsföring som kopplar användningen av kredit till penningsspel kan för sin del minska att spelandet finansieras med hjälp av konsumentkrediter. Det har tidigare noterats att det är mycket vanligt med konsumentkrediter med hög ränta bland dem som lider av spelproblem (se ovan nämnda utredning).

Kreditgivarna har framfört sin oro över att förbudet enligt den föreslagna regleringen om att lägga fram krediten som en lösning på ekonomiska problem kan minska möjligheterna att berättiga för konsumenten om sådana saneringslån som ur konsumenternas synvinkel kan vara ändamålsenliga i situationer med betalningssvårigheter. Eftersom det fortfarande ska vara tillåtet att berätta om möjligheten att bevilja saneringslån, bedöms ändringen i sin helhet förbättra konsumentskyddet.

För företagen innebär de nya bestämmelserna om marknadsföringen att företagen behöver planera marknadsföringen på ett delvis nytt sätt. Marknadsföringens innehåll ska uppmärksammas noggrannare än tidigare för att säkerställa att den är lagenlig, också med beaktande av att överträdelse av bestämmelserna enligt förslaget kan leda till påförande av påföljdsavgift. Enligt en uppskattning som Finanssiala ry har fått från en bank uppgår kostnaderna för marknadsföringsregleringen till högst 100 000 euro.

Konsekvenserna av de bestämmelser som preciserar innehållet i god kreditgivningssed för enskilda företag kan variera avsevärt. Som exempel kan nämnas en bestämmelse enligt vilken kreditgivare vid marknadsföring av en kredit inte får rikta marknadsföringen till konsumenter som har en anteckning om betalningsstörning eller som annars kan antas ha svårigheter att fullgöra sina skyldigheter enligt kreditavtalet på behörigt sätt. Bestämmelsen har inga konsekvenser för merparten av de kreditgivare eller kreditförmedlare som är verksamma i branschen, eftersom de inte heller i dagsläget riktar marknadsföring till sådana konsumenter. Det finns dock också inom branschen aktörer som har specialiserat sig på att erbjuda krediter uttryckligen till personer som har en anteckning om betalningsstörning, och konsekvenserna riktar sig naturligtvis särskilt till dessa aktörer.

Det antas däremot att en reglering som är mer detaljerad än tidigare och som preciserar och skärper innehållet i god kreditgivningssed förbättrar förutsägbarheten och rättssäkerheten för företagen, även om regleringen oundvikligen också i fortsättningen lämnar rum för tolkning.

#### *Reform av presentationen av betalningssätt*

I propositionen föreslås bestämmelser om i vilken ordning näringsidkaren ska presentera de betalningssätt som erbjuds när konsumenten köper nyttigheter på nätet. Enligt undersökningar påverkas konsumentens val inte bara av uppgifternas innehåll utan också av sättet att presentera uppgifterna samt i vilket sammanhang uppgifterna lämnas (Peltonen, Saastamoinen: Pikaluottojen markkinoinnin sääntelyn vaihtoehtoja, Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 6/2019, s. 31). Finns enbart på finska. Mot denna bakgrund bedöms ändringen i någon mån minska användningen av betalningssätt som innehåller betalningsansånd vid e-tjänster och på motsvarande sätt öka användningen av sådana betalningssätt som inte inbegriper möjlighet att ansöka om eller använda kredit eller få annat betalningsuppskov. På så sätt kan reformen samtidigt minska konsumenternas skuldsättning. Förslaget om att inget betalningssätt får användas som standardval t.ex. på grund av konsumentens tidigare nätbeteende bedöms ha liknande konsekvenser. Som en negativ konsekvens av den sistnämnda ändringen har det lagts fram att ändringen i någon mån kan försvåra köpprocessen. Om man däremot bibehåller möjligheten att använda kredit eller annat betalningsuppskov som ett standardval, t.ex. på den grunden att konsumenten i samband med det första köpet har valt ett sådant betalningssätt, nås regleringens syfte att konsumenten omsorgsfullare ska överväga om kredit eller betalningsansånd ska utnyttjas, till stor del inte.

Vissa betalningssätt som innebär betalningsuppskov är också förenade med positiva drag ur konsumentens synvinkel. Exempelvis kortkrediter har betydelse som ett instrument för trygg betalning med beaktande av bestämmelsen i 7 kap. 39 § i konsumentskyddslagen om solidariskt ansvar för kreditgivaren och säljaren eller den som utför tjänsten. Eftersom förslaget endast ingriper i den ordning i vilken betalningssätten presenteras och i användningen av standardval, har konsumenterna fortfarande möjlighet att fritt välja t.ex. kortkredit om de så önskar.

Ändringen av det sätt på vilket betalningssätten presenteras medför kostnader av engångsnatur för näringsidkarna på grund av att de behöver ändra ordningen på presentationen av betalningssätten t.ex. på sin webbplats, om presentationen inte redan för närvarande motsvarar det som förutsätts i förslaget. Mest bedöms ändringen påverka systemen hos sådana externa tjänsteleverantörer som tillhandahåller betalningsprocesser, såsom betaltjänstleverantörer, eftersom största delen av de finländska nätbutikerna enligt Finsk Handel har lagt ut sina betalningsprocesser på sådana aktörer.

Det är också möjligt att ändringen har återverkningar på avtalen mellan näringsidkare som tillhandahåller betalningsprocesser och näringsidkare som säljer nyttigheter på nätet på grund av att ansvaret för brott mot bestämmelserna också kan rikta sig mot en näringsidkare som bedriver distansförsäljning också när betalningsprocessen de facto ordnas av en utomstående tjänsteleverantör, antingen helt eller delvis.

#### *Reformer som gäller identifiering av kunder*

I propositionen föreslås det att skyldigheten att kontrollera konsumentens identitet utvidgas till att gälla inte bara beviljande av nyttighetsbundna engångskrediter utan också situationer där konsumenten vid skötsel av ärenden på nätet väljer en faktura som betalningssätt utan att det samtidigt är fråga om beviljande av egentlig konsumentkredit. På grund av bristfällig identifiering av kunder har dessa situationer för närvarande varit förenade med risk för missbruk. När metoderna för kontroll av konsumenternas identitet blir mer tillförlitliga minskar risken för missbruk och konsumentskyddet förbättras. Även om kreditgivaren eller någon annan näringsidkare inte kan framställa anspråk mot en konsument på grundval av en rättshandling som konsumenten inte har företagit, orsakas en konsument som blivit offer för brott i vilket fall som helst extra besvär och eventuellt också känsla av otrygghet av missbruket. I och med reformens minskande effekt på brottsligheten antas reformen samtidigt minska de olägenheter som brottsligheten orsakar.

Användningen av de identifieringsmetoder som förutsätts i förslaget medför å andra sidan extra kostnader för de betaltjänstleverantörer och näringsidkare som tillhandahåller sina nyttigheter på nätet och som erbjuder sina kunder en möjlighet att betala nyttigheterna genom en nyttighetsbunden engångskredit eller genom att erbjuda möjlighet att betala räkningar och som inte redan i nuläget använder stark kundautentisering. Den föreslagna reformen ligger dock slutligen också i näringsidkarnas intresse, eftersom de i sista hand ansvarar för systemets säkerhet och tillförlitlighet samt för följderna av brister i systemet.

Ur konsumenternas och näringsidkarnas synvinkel kan en eventuell negativ effekt av reformen dock anses vara att identifieringsprocessen kan försvåras i synnerhet för de konsumenter för vilka detta även annars är mer utmanande än genomsnittligt och som t.ex. kan behöva en assistent för att sköta ärenden på nätet. Kravet på stark kundautentisering kan på grund av minskade möjligheter av detta slag öka risken för att innehavaren av identifieringsverktyget lagstridigt överlåter identifieringsverktyget till någon annan, vilket innebär att innehavaren av identifieringsverktyget kan bli ansvarig för eventuell obehörig användning av identifieringsverktyget. Å andra sidan minskar konsekvensen av reformen för de konsumenter för vilka det är mer utmanande än normalt att sköta sina ärenden på nätet, eftersom dessa konsumenter i typiska fall redan för närvarande gör sina inköp någon annanstans än på nätet.

Den allt mer komplicerade och långsamma köpprocessen kan allmänt taget minska viljan att göra inköp på nätet av mindre värde, eftersom faktorer som i dessa fall stör en smidig köperfarenhet vanligen påverkar konsumenterna mer. Kravet på stark kundautentisering hänför sig dock med stöd av betaltjänstlagen redan för närvarande i stor utsträckning till betalning, och ur denna synvinkel kan en utvidgning av skyldigheten att identifiera kunder till de enskilda betalningssätt som skyldigheten ännu inte är kopplad till inte betraktas som en i principiellt hänseende mycket betydande förändring som försvårar skötseln av ärenden på nätet.

En annan negativ konsekvens av reformen för konsumenternas och näringsidkarnas ställning är att konsumenterna inte nödvändigtvis har till sitt förfogande något betalningssätt i sådana situationer där det finns problem med användningen av identifieringstjänster. Denna effekt kan inte anses vara av särskilt stor betydelse, eftersom problemsituationerna vanligen inte är långvariga.

I propositionen föreslås det också att den gällande bestämmelsen om identifiering av låntagare ändras så att stark kundautentisering krävs både vid ansökan om en ny kredit och vid höjning av kreditgränsen eller av kreditbeloppet, medan kunden för närvarande ska identifieras innan ett kreditavtal ingås. I praktiken innebär ändringen bl.a. att kundautentisering i samband med inloggning i nätbanken inte längre är tillräcklig, utan kunden ska identifieras på nytt när kunden ansöker om en ny kredit i nätbanken eller begär att kreditgränsen eller kreditbeloppet ska höjas. Ändringen kan förebygga missbruk bl.a. i sådana situationer där man har lyckats logga in obehörigen i konsumentens nätbank en gång. I dessa fall kan införandet av en tilläggsbekräftelse leda till att det inte går att ansöka om en obehörig kredit eller höja kreditgränsen och att försöket till missbruk avslöjas för konsumenten. Ändringen minskar däremot inte sådant missbruk där identifieringsverktygen obehörigen används av den som innehar dem på ett sådant sätt att identifieringsverktygen kan användas flera gånger.

Enligt uppgifter från Finanssiala ry använder en del av kreditgivarna redan nu separat stark kundautentisering i kreditsökningssituationer och situationer där kreditbeloppet eller kreditgränsen höjs, och för dessa kreditgivare medför ändringen inga merkostnader. För de kreditgivare som inte gör på detta sätt innebär ändringen däremot ett behov av systemändringar, och därmed medför ändringen merkostnader för dem. Enligt en bedömning från en bank kan kostnaderna till följd av lagstiftningsändringen uppgå till cirka 500 000 euro.

#### 3.2.4 Konsekvenser för brottsbekämpningen och säkerheten samt för dataskyddet

Det kan ha gynnsam inverkan på brottsbekämpningen och säkerheten att kravet på stark kundautentisering utsträcks till att omfatta fler än för närvarande, eftersom möjligheten att utföra näthandelsbedrägerier med hjälp av en annan människas personbeteckning och andra uppgifter försvåras i och med att kundens identitet noggrant kontrolleras. Ändringen kan anses minska de risker som behandlingen av personuppgifter medför för den registrerade och på så sätt stärka skyddet för personuppgifter.

Regleringen kan däremot inte inverka gynnsamt på de situationer där stark kundautentisering i sig har använts, men där betalningsinstrumentet eller identifieringsverktyget har använts obehörigen t.ex. efter det att de uppgifter som behövs har fåtts av konsumenten via en bluffwebbplats. I enlighet med vad som konstaterats ovan kan ändringen tvärtom i någon mån öka risken för att identifieringsverktyg på ett lagstridigt sätt ställs till den andra partens förfogande i situationer där det är svårt för konsumenten att själv använda identifieringsverktygen.

### 3.2.5 Sammanfattning

De konsekvenser som ändringsförslagen har för konsumenterna och näringsidkarna kan åskådliggöras i tabellen nedan.

Ändringsförslag	Konsekvenser för konsumenterna	Konsekvenser för näringsidkarna
Sänkning av räntetaket	Förebygger överskuldsättning bland konsumenter som är särskilt utsatta för överskuldsättning i och med att utbudet av de dyraste krediterna minskar. Försämrar också möjligheterna för dessa konsumenter att skaffa nödvändiga nyttigheter på kredit. En del konsumenter kan få kredit till ett förmånligare pris än för närvarande.	På grund av den nya prisregleringen kan kreditgivarna säga upp olönsamma kreditavtal. Anpassningen till de nya bestämmelserna medför kostnader för informationssystemen. Krediter kan i större utsträckning börja erbjudas småföretag, vars krediter prisregleringen inte gäller.
Strängare bestämmelser om god kreditgivningssed	De oöverbägda ansökningarna om kredit väntas bli färre, vilket förebygger överskuldsättning i synnerhet bland unga.	Marknadsföringens innehåll behöver planeras noggrannare på grund av de strängare bestämmelserna. Ändringarna får konsekvenser särskilt för företag vars marknadsföring har stått i strid med de bestämmelser som nu föreslås.
En viss ordning för presentationen av betalningssätten	Leder till minskad användning av betalningssätt som innefattar kredit och ökad användning av betalningssätt som inte innefattar kredit. Detta bidrar till att förebygga överskuldsättning.	Förutsätter ändringar särskilt för att anpassa betaltjänstleverantörernas produkter till de nya bestämmelserna. Regleringen kan inverka på avtal mellan företagen för de företags del som inte själva producerar sina lösningar för nätbetalning.
Bestämmelser om identifiering	Minskar möjligheterna till missbruk. Kan göra nätköp en aning svårare för sådana konsumenter för vilka det också annars är en utmaning att sköta ärenden via internet.	Tilläggskostnader för de näringsidkare som ännu inte använder stark kundautentisering. Det ligger också i näringsidkarnas intresse att få missbruket att minska.

## 4 Alternativa handlingsvägar

### 4.1 Handlingsalternativen och deras konsekvenser samt andra specialfrågor som behandlats under beredningsskedet

*De regleringsmodeller för marknadsföring som togs upp i beredningsskedet*

Under beredningen av propositionen diskuterades flera sätt att skärpa bestämmelserna om marknadsföring av konsumentkrediter.

I arbetsgruppens betänkande föreslogs det att det i reklam för krediter ska ges en uttrycklig varning, där konsumenten påminns om att krediten och kreditkostnaderna ska betalas tillbaka, varnas för att krediten kan ha en negativ inverkan på konsumentens ekonomi samt ges anvisningar till konsumenten om att vid behov vända sig till ekonomisk rådgivning och skuldrådgivning. Avsikten med varningen hade alltså varit att påminna konsumenterna om de risker som är förenade med kredittagningen och i synnerhet de konsumenterna som kämpar med skuldproblem om att det finns avgiftsfri hjälp att få vid skuldproblem. Syftet med ändringen hade på detta sätt varit att försöka begränsa oövertänt kredittagning. Redan i arbetsgruppens betänkande lyftes det fram som eventuella negativa konsekvenser av bestämmelsen att en ökning av den information som lämnas i reklamen kan minska vissa konsumenters benägenhet att ta del av den information som ingår i reklamen eller till och med försämra konsumenternas möjligheter att skilja den information som är viktigast med tanke på beslutsfattandet från reklamen. Med beaktande av remissvaren om den föreslagna bestämmelsen beslutade man under den fortsatta beredningen att slopa varningsskyldigheten. Remissvaren redogörs närmare i avsnitt 5.

Utöver den varningsskyldighet som arbetsgruppen föreslagit övervägdes i beredningsskedet också flera andra sätt att skärpa regleringen av marknadsföringen. Det övervägdes först och främst en modell med bestämmelser om den maximala information som får lämnas i reklam om dels konsumentkrediter, dels kreditgivare och kreditförmedlare. Den modell som diskuterades hade inte begränsat möjligheterna att göra reklam för krediter, kreditgivare och kreditförmedlare på något annat sätt, såsom genom imagemarknadsföring, på kreditgivarens eller kreditförmedlarens webbsidor eller i deras lokaler. Modellen skulle skenbart ha varit klar och lättare jämfört med absoluta förbud, eftersom den skulle ha tillåtit reklam som bygger på faktauppgifter. Samtidigt hade man med hjälp av modellen på ett mer effektivt sätt än med hjälp av den reglering som nu föreslås i betänkandet kunnat begränsa den imagemarknadsföring av krediter som anses vara problematisk. I beredningsskedet upplevdes dock bestämmelsens uttömmande karaktär som en utmaning: om kreditgivaren eller kreditförmedlaren inte redan med stöd av annan lagstiftning är skyldig att nämna en viss omständighet och saken inte heller nämnts separat i den föreslagna bestämmelsen, skulle informationen inte ha fått ges i reklamen. Det är dock i viss mån slumpmässigt vilka omständigheter av de som kan anses vara ändamålsenliga som har angetts i bestämmelsen. Följden hade varit att bestämmelsen skulle ha kunnat förhindra att omständigheter som anses vara ändamålsenliga och mycket neutrala nämns i en reklam och därmed i onödan begränsat innehållet i reklamen. Som exempel kan nämnas det inte hade varit tillåtet för kreditgivare att i reklam för en kredit berätta hur länge kreditgivaren varit verksam inom branschen, om detta inte uttryckligen hade varit tillåtet enligt bestämmelsen.

Ur kreditgivarnas och kreditförmedlarnas synvinkel skulle en utmaning med modellen framför allt ha varit att lagstiftningen innehåller ett flertal bestämmelser där det tvärtom föreskrivs om vilka uppgifter reklam och annan marknadsföring åtminstone ska innehålla. Det är uttryckligen förbjudet att vid marknadsföring utelämna sådan information som i sitt sammanhang är väsent-

lig och som konsumenten behöver för att fatta ett köpbeslut eller något annat beslut om en konsumtionsnyttighet, om avsaknaden av information kan leda till att konsumenten fattar ett beslut som konsumenten inte skulle ha fattat, om han eller hon hade fått tillräcklig information (2 kap. 7 § i konsumentskyddslagen). Eftersom marknadsföringsbestämmelserna lämpar sig bra för många typer av nyttigheter, lämnar de också oundvikligen rum för viss tolkning. Som exempel kan nämnas skyldigheten att vid marknadsföringen uppge nyttighetens huvudsakliga egenskaper vid saluföring av specificerade konsumtionsnyttigheter till ett bestämt pris (2 kap. 8 § i konsumentskyddslagen). I vissa fall kan det vara oklart om t.ex. kreditens användningsändamål är nyttighetens huvudsakliga egenskap eller inte. En regleringsmodell som i princip förbjuder lämnande av all annan information än den som man är skyldig att lämna, utan att regleringen till de sistnämnda delarna är fullständigt entydig, kan i enskilda fall leda till oönskade situationer där det är oklart om det är obligatoriskt eller förbjudet att lämna ut någon uppgift.

I modellen kan det dessutom anses problematiskt framför allt i fråga om reklam som gäller kreditgivaren själv, dvs. i fråga om begränsning av varumärkesreklam, hur man beaktar de fall där näringsidkaren också är verksam inom andra branscher än enbart kreditgivningssektorn. Exempelvis bankerna erbjuder sina kunder både konsumentkrediter och t.ex. investeringsprodukter. För att minska detta problem hade man kunnat ta in en uttrycklig bestämmelse i modellen om att regleringen inte ska tillämpas på reklam som främst gäller sådan annan affärsverksamhet som kreditgivaren eller kreditförmedlaren utövar vid sidan om kreditgivning, men åtminstone i den föreslagna formen hade regleringen fortfarande lämnat rum för tolkning. Av ovannämnda skäl ansågs modellen slutligen inte genomförbar.

I beredningsskedet diskuterades dessutom en modell som hade lett till att reklam för konsumentkrediter i princip förbjöds helt och hållet. Den föreslagna modellen skulle inte ha begränsat möjligheterna att göra reklam för krediten på kreditgivarens eller kreditförmedlarens webbplats eller i kreditgivarens eller kreditförmedlarens lokaler och skulle inte heller ha hindrat reklam som gäller kreditgivaren eller kreditförmedlaren själv, dvs. så kallad varumärkesreklam. Det hade också varit möjligt att vid marknadsföringen av en annan konsumtionsnyttighet, såsom en bil, berätta om möjligheten att finansiera nyttigheten med kredit.

Eftersom förbudet, i synnerhet i form av ett permanent förbud, trots dessa begränsningar så kraftigt hade begränsat närings- och yttrandefriheten, bedömdes det i beredningsskedet vara nödvändigt att försöka rikta ett eventuellt förbud uttryckligen mot reklam för sådana krediter som orsakat i synnerhet skuldproblem. I beredningsskedet föreslogs olika modeller för att genomföra denna begränsning: som ett alternativ till eller vid sidan av den begränsning som baserar sig på krediträntan dryftades begränsningar som baserar sig på den effektiva räntan, kreditbeloppet och kreditgränsen samt kredittiden. Det mest ändamålsenliga sättet ansågs slutligen vara en begränsning som baserar sig enbart på krediträntan. Även då ansågs det vara en risk att bestämmelserna, utan preciseringar, kunde kringgås på så sätt att förmånlig kredit skulle användas i reklam som ett medel att locka konsumenten till kreditgivarens sidor, där konsumenten skulle erbjudas en slutligen mycket dyrare kredit. Därför övervägde man att till bestämmelsen foga ett moment enligt vilket det skulle ha betydelse vilka slags kreditvillkor som normalt bjuds ut till konsumenterna, men åtminstone i den föreslagna formen hade regleringen lämnat alltför mycket rum för tolkning. Dessutom ansågs det vara en utmaning att tillämpa modellen på sådana tjänster för jämförelse av krediter där det kan erbjudas krediter till olika pris. Likaså ansågs det problematiskt att tillämpa modellen på nya aktörer inom branschen och på aktörer som ändrat sin affärsmodell. I fråga om dessa kan det vara oklart vad som ska anses vara sådana kreditvillkor som normalt erbjuds. Det skulle ha också varit utmanande att övervaka att ett sådant reklamförbud iakttas, eftersom tillsynsmyndigheten i praktiken alltid separat borde ha tagit reda på till vilket pris konsumenterna de facto erbjuds krediter. Modellen slopades slutligen redan av den orsaken att förslaget om att sänka räntetaket skulle ha lett till att tillämpningsområdet för

förbudet åtminstone i nuläget skulle ha varit mycket litet och endast gällt krediter vars ränta är 10–15 procent.

Det övervägdes också en modell enligt vilken det skulle vara förbjudet att använda direktmarknadsföring av konsumentkrediter och kreditförmedlingstjänster samt därmed jämförbar marknadsföring som riktar sig till en viss konsument eller ett visst hushåll, om räntan på den kredit som marknadsförs eller på den kredit som erbjuds via en kreditförmedlingstjänst kan överstiga 10 procent. Den modell som togs upp hade inte hindrat att konsumenten i samband med köp av en nyttinghet informerats om möjligheten att finansiera nyttingheten med kredit. Fördelen med modellen hade varit att den skulle ha kunnat begränsa påträngande marknadsföring direkt till konsumenter som har ekonomiska svårigheter och samtidigt underlätta ställningen för de konsumenter som över huvud taget upplever sådan marknadsföring som störande. Den skulle dock också ha förhindrat sådan direktmarknadsföring eller därmed jämförbar marknadsföring som kan anses vara helt korrekt också till de konsumenter som uttryckligen vill ta emot sådan marknadsföring.

Enbart ett förbud mot direktmarknadsföring kan anses vara en ganska snäv metod för att förhindra att påträngande marknadsföring riktar sig till konsumenter som har ekonomiska svårigheter. I praktiken är det nu för tiden nämligen möjligt att nå ett motsvarande slutresultat också genom riktad marknadsföring. Samtidigt visade det sig vara svårt att definiera den riktade marknadsföring som avses i utkastet till bestämmelse. Det är möjligt att ingripa i riktad marknadsföring redan med stöd av Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter och om det fria flödet av sådana uppgifter och om upphävande av direktiv 95/46/EG (allmän dataskyddsförordning), nedan *den allmänna dataskyddsförordningen*, och därför borde de föreslagna bestämmelserna ha varit förenliga med den förordningen. Det är dock oklart vilket handlingsutrymme dataskyddsförordningen tillåter i frågan. Likaså rådde det oklarheter kring huruvida förbudet mot direktmarknadsföring är tillåtet i ljuset av ePrivacy-förordningen som för närvarande är under förhandling. Bland annat till följd av dessa problem stannade man inte för att föreslå modellen. I vilket fall som helst skulle användningsområdet för också denna modell ha varit mycket snävt på grund av förslaget om att sänka räntetaket.

Utöver de ovannämnda modellerna övervägdes i beredningsskedet också att man vid marknadsföring av krediter inte får utnyttja experters, andra konsumenters eller andra personers erfarenheter av eller synpunkter på krediten. Det övervägdes också ett snävare alternativ, dvs. förbud mot att utnyttja enbart influerarmarknadsföring. Bakom dessa modeller fanns en oro för att i synnerhet influerarmarknadsföringen vädjar till känslorna och man kan genom den nå i synnerhet unga vuxna vars kontakter med t.ex. Garantistiftelsen har ökat betydligt under de senaste åren. Det fördes också fram tvivel om huruvida influerarmarknadsföring över huvud taget är ett lämpligt sätt att marknadsföra komplicerade nyttingheter likt konsumentkrediter som kan ha långtgående konsekvenser för konsumenternas ekonomi. Arbetsgruppen gick slutligen inte in för att föreslå sådana kategoriska förbud redan på grund av svårigheten att definiera influerarmarknadsföring, och en reglering av detta slag fick inte heller just något understöd under remissbehandlingen.

Till den del konsumentrecensioner utnyttjas vid marknadsföringen kan det särskilt framföras att det till följd av genomförandet av det s.k. omnibusdirektivet (Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/2161 om ändring av rådets direktiv 93/13/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG, 2005/29/EG och 2011/83/EU vad gäller bättre upprätthållande och modernisering av unionens konsumentskyddsregler) fogades en ny 8 e § om skyldigheten att tillhandahålla information om konsumentrecensioner till konsumentskyddslagens 2 kap. (lag om



ändring av konsumentskyddslagen, 693/2022). I paragrafen föreskrivs det att om en näringsidkare tillhandahåller konsumentrecensioner av konsumtionsnyttigheter för konsumenter, ska konsumenterna ges information om huruvida näringsidkaren har säkerställt att de publicerade recensionerna härrör från konsumenter som faktiskt använt eller köpt konsumtionsnyttigheten och eventuell information om hur näringsidkaren har säkerställt detta. Bestämmelsen träder i kraft den 1 januari 2023.

#### *Tillämpande av kreditkostnadstak på kreditavtal som ingåtts före den 1 september 2019*

I enlighet med vad som konstaterats ovan föreslås det i propositionen att räntetaket i fråga om nya kreditutnyttjanden utvidgas till att gälla också avtal om fortlöpande kredit som ingåtts före den 1 september 2019. Under beredningsskedet utreddes det också om det rimligen vore möjligt att tillämpa ett s.k. kreditkostnadstak på dessa krediter.

Ur konsumenternas synvinkel skulle fördelen med en fullständig tillämpning av prisregleringen ha varit att regleringen är tydlig och att man genom regleringen skulle ha kunnat ingripa effektivt också i andra kreditkostnader än de som tas ut som ränta. För tillämpningen av ett kreditkostnadstak på gamla fortlöpande kreditavtal talar också det att kreditgivare som i prissättningen av krediter har prioriterat andra kreditkostnader än ränta då inte är i en förmånligare ställning än andra kreditgivare som valt en annan prissättningsstruktur.

Det ansågs dock finnas flera problem med tillämpningen av ett kreditkostnadstak på sådana avtal om fortlöpande kredit som ingåtts före den 1 september 2019. Om det nuvarande kreditkostnadstaket efter en viss, oundvikligen ganska lång övergångstid, börjar tillämpas också på kreditavtal som ingåtts före den 1 september 2019, kan ändringen förutsätta betydande ändringar i prissättningsstrukturen för befintliga fortlöpande kreditavtal också till den del det är fråga om krediter som inte har varit förenade med särskilda problem.

Om kreditkostnadstaket börjar tillämpas på gamla fortlöpande krediter, kan också övergångsregleringen bli synnerligen komplicerad, eftersom kreditavtal givetvis har ingåtts vid olika tidpunkter och de kan ha mycket varierande prissättningsstruktur. Det är också möjligt att ett tvång att ändra prissättningsstrukturen i vissa särskilda fall skulle innebära att avtalsvillkoren de facto blir ofördelaktigare ur konsumentens synvinkel. Det är inte möjligt att lagstiftaren skulle förutsetta att ett gällande konsumentavtal ändras till konsumentens nackdel.

Som helhet har det bedömts att även en tillämpning av ett kreditkostnadstak på fortlöpande krediter som har ingåtts före den 1 september 2019 är så pass problematisk och förutsätter en så lång övergångsperiod att en sådan lösning inte verkar skäligen i förhållande till de olägenheter och risker som den medför. Genom att i fråga om nya kreditutnyttjanden utsträcka det redan rätt låga räntetaket till avtal om fortlöpande kredit som ingåtts före den 1 september 2019 kan prissättningen av dessa krediter jämkas avsevärt, och i varje fall minskar hela tiden antalet avtal om kontinuerlig kredit som ingåtts före den 1 september 2019 och som medför mycket höga kreditkostnader.

#### *Absolut kreditkostnadstak*

I enlighet med vad som konstaterats ovan föreslås det i propositionen att bestämmelsen om god kreditgivningssed kompletteras med ett förbud mot att göra reklam för krediter på sådana villkor att kreditkostnaderna vid engångskrediter kan överstiga kapitalbeloppet eller vid fortlöpande krediter det kreditbelopp som konsumenten vid respektive tidpunkt har utnyttjat. Under bered-

ningsskedet utreddes också om en bestämmelse av detta slag kunde tas in i lagen som en bestämmelse som ska tillämpas på avtalsförhållandet mellan en näringsidkare och en konsument. Frågan bedömdes särskilt med hjälp av införskaffad kännedom om det absoluta kreditkostnadstak som används i Sverige och erfarenheterna av det. I beredningsskedet kom man fram till att det inte är möjligt att fastställa ett absolut kreditkostnadstak på ett sådant sätt att regleringen är effektiv och samtidigt sådan att efterlevnaden av den ens skäligen kan övervakas.

#### *Kreditförmedlingstjänster samt obehörig användning av betalnings- eller identifieringsverktyg*

Under beredningen i arbetsgruppen diskuterades också vissa specialfrågor som gäller kreditförmedlingstjänster, såsom behovet av att kräva att kreditförmedlare som bedriver förmedling som huvudsyssla ska registrera sig. Likaså dryftades eventuella inkonsekvenser i anslutning till obehörig användning av betalnings- eller identifieringsverktyg. Dessa frågor beskrivs närmare på s. 62–64 i arbetsgruppsbetänkandet (<http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-259-968-1>).

## **4.2 Lagstiftningen i utlandet**

### *Sverige*

Enligt 6 a § i den svenska konsumentkreditlagen (2010:1846) ska det iakttas måttfullhet vid marknadsföring. Enligt motiveringen till paragrafen (Prop. 2017/18:72, s. 49) får marknadsföring som framställer krediten som en bekymmersfri och snabb lösning på kundens eventuella ekonomiska problem anses strida mot god sed eller som lockar kunden att fatta ett oöverlagt beslut om att binda sig för krediten. Marknadsföringen bör vara neutral i den meningen att den bör överlåta åt kunden själv att avgöra om krediten är förmånlig för honom eller henne.

Enligt Konsumentverkets (Sverige) allmänna råd om konsumentkrediter (KOVFS 2020:1) bör till marknadsföring av kredit inte kopplas erbjudanden eller andra förmåner som är ägnade att göra krediterbudandet lockande. Kreditgivare bör inte heller uppmuntra användning av utnyttjat kreditutrymme. Ansökningsformulär med förifyllda uppgifter bör också undvikas vid marknadsföring av kredit. Detsamma gäller användningen av uttryck som antyder att krediten redan är beviljad eller att konsumentens återbetalningsförmåga redan har prövats i förväg.

Enligt 7 b § i konsumentkreditlagen ska näringsidkaren vid marknadsföring av högkostnadskredit utöver övrig information vid marknadsföring även lämna en särskild upplysning med information om att marknadsföringen gäller en högkostnadskredit och därtill lämna information om riskerna med skuldsättning. I samband med sådan marknadsföring ska det också lämnas information om vart konsumenten kan vända sig för att få stöd i skuldfrågor. Högkostnadskredit definieras i 2 § i konsumentkreditlagen. Med högkostnadskredit avses en kredit med en effektiv ränta som minst uppgår till referensräntan enligt 9 § i räntelagen (1975:635) med ett tillägg av 30 procentenheter och som inte huvudsakligen avser kreditköp eller är en bostadskredit.

Utöver den ovannämnda bestämmelsen om varningsskyldigheten finns det också vissa andra särskilda bestämmelser om högkostnadskrediter. Enligt lagens 19 a § får varken krediträntan eller dröjsmålsräntan per år för en sådan kredit överstiga referensräntan enligt 9 § räntelagen (1975:635) med ett tillägg av 40 procentenheter. Enligt lagens 19 b § 1 och 2 mom. får kostnaderna (kreditkostnader, dröjsmålsränta och ersättning för kostnader för frivillig indrivning) för en högkostnadskredit inte överstiga ett belopp som motsvarar kreditbeloppet eller, i fråga om en kontokredit, varje enskilt utnyttjande av kreditbeloppet som konsumenten har gjort. I paragrafens 3 mom. föreskrivs det om tillämpning av bestämmelserna när kreditgivaren, eller någon

annan som kreditgivaren har nära förbindelser med, lämnar konsumenten en ny högkostnads-kredit som helt eller delvis finansierar återbetalning av den befintliga högkostnads-krediten.

I 1 § i 7 a kap (marknadsföring av betaltjänster online) i den svenska lagen om betaltjänster (2010:751) föreskrivs det att om en konsument som köper varor eller tjänster online kan välja ett betalningssätt som innebär att en kredit inte lämnas, ska betaltjänstleverantören se till att ett sådant betalningssätt visas först. Ett betalningssätt som innebär att en kredit lämnas får inte heller vara förvalt, om det finns andra betalningssätt. Bestämmelsen (SFS 2020:176) trädde i kraft den 1 juni 2020.

### *Norge*

I Norge föreskrivs det om marknadsföring av konsumentkredit i en förordning om marknadsföring av krediter (forskrift om markedsføring av kreditt, 2017-0345). Enligt förordningens 2 § ska det vid marknadsföring av krediter förutom god marknadsföringssed och det som allmänt taget föreskrivs om marknadsföring också iaktas särskilda villkor som ingår i förordningen. I förordningens 5 § är det vid marknadsföringen förbjudet att framhäva uppgifter om hur snabbt kredit kan beviljas, hur snabbt en förfrågan om kredit kan besvaras, hur låg tröskeln för beviljande av kredit är, hur enkel kreditansökningsprocessen är eller hur lättillgänglig krediten i övrigt är. Det är dock inte förbjudet att lämna sådan information, om informationen inte presenteras mer synligt än annan information om krediten, t.ex. helhetskostnaderna för krediten och lånetiden.

I Norge finns inte bestämmelser om ränte- eller kostnadstak för krediter.

### *Danmark*

I Danmark trädde flera skärpningar i anslutning till konsumentkrediter i kraft den 1 juli 2020. För det första fogades till marknadsföringslagen (lov om markedsføring, LOV nr 426 af 03/05/2017) bestämmelser om förbud mot marknadsföring av konsumentkrediter. Enligt lagens 11 a § är det förbjudet att marknadsföra kreditavtal till konsumenter, om kreditgivaren erbjuder en kredit vars effektiva ränta är 25 procent eller mer. Förbudet gäller dock inte marknadsföring av bostadskreditavtal eller marknadsföring av konsumentkreditavtal på kreditgivarens driftställe, webbplats eller i ett system för distansförsäljning som kreditgivaren förvaltar. Som ett system för distansförsäljning som förvaltas av en kreditgivare betraktas enligt motiveringen till lagförslaget t.ex. en applikation som tillhandahålls av en kreditgivare och där konsumenten kan ingå ett kreditavtal. Förbudet mot marknadsföring gäller inte heller nyttighetsbundna krediter, när kreditavtalet i fråga marknadsförs på säljarens driftställe eller webbplats eller i ett system för distansförsäljning som säljaren förvaltar och krediten marknadsförs i samband med uppgifter om köpesumman för varan eller tjänsten. (2019/1 LSF 149, s. 45 och 46). Bestämmelserna gäller endast marknadsföring av konsumentkrediter, så bland annat marknadsföring som innehåller kreditgivarnas namn och logo och där det inte görs reklam för krediten är fortfarande tillåten (2019/1 LSF 149, s. 42). I 11 b § i den danska marknadsföringslagen föreskrivs det åter om förbud mot marknadsföring av konsumentkrediter i samband med marknadsföringen av spel eller tillhandahållare av spel.

Samtidigt fogades till lagen om konsumentkreditbolag (lov om forbrugslånsvirksomheder, LOV nr 450 af 24/04/2019) nya bestämmelser om ränte- och kostnadstak som tillämpas på konsumtionskreditavtal som ingås efter lagens ikraftträdande. Enligt motiveringen till lagändringen tillämpas bestämmelserna också på sådana avtal som ingåtts efter lagens ikraftträdande och där

det avtalas om förlängning av ett kreditavtal som varit i kraft före lagens ikraftträdande (2019/1 LSF 149, s. 52).

Enligt 4 a kap. 11 a § är det förbjudet att ingå ett kreditavtal med en konsument, om den effektiva räntan för krediten (årlige omkostnader i procent) överstiger 35 procent. Dessutom får kostnaderna för krediten enligt 11 b § inte överstiga 100 procent av kreditbeloppet. Ränte- och kostnadstaket gäller inte bostadskreditavtal. Det kostnadstak som avses i 11 b § gäller inte heller krediter i form av överskridande eller fortlöpande krediter som inte behöver återbetalas i sin helhet före ett på förhand bestämt datum.

### *Storbritannien*

I Storbritannien ingår de grundläggande bestämmelserna om konsumentkrediter i konsumentkreditlagen (Consumer Credit Act 1974). Närmare bestämmelser om verksamheten i samband med konsumentkrediter utfärdas av Financial Conduct Authority (FCA), som övervakar kreditgivarna. I FCA:s föreskriftssamling (Consumer Credit Sourcebook) finns det bestämmelser om bl.a. marknadsföring, informationsskyldighet och skuldrådgivning.

I punkt CONC 5A i FCA:s föreskriftssamling finns det bestämmelser om kostnadstak för kortfristiga krediter med hög kostnadsstruktur (high-cost short-term Credits). Med kortfristig kredit med hög kostnadsstruktur avses en kredit som beviljas för högst 12 månader (exklusive bostadskrediter, vissa krediter med säkerhet samt överskridanden) och vars effektiva ränta är minst 100 procent. Vid sådana krediter får kreditkostnaderna inte överstiga det kreditbelopp som avtalats i kreditavtalet (total cost cap). Kreditkostnaderna får inte heller överstiga 0,8 procent av det kreditbelopp som beräknats för en dag från och med den dag då krediten lyftes fram till den dag då krediten återbetalas enligt avtalet (initial cost cap). Med dessa kreditkostnader avses bl.a. krediträntor, kostnader för dröjsmål med betalningen, kostnader för att utnyttja krediten samt avgifter för kompletterande tjänster som tillhandahålls i samband med krediten.

Marknadsföringen av kortfristiga krediter med hög kostnadsstruktur ska på ett synligt sätt innehålla en varning om att krediten kan vara problematisk. I samband med marknadsföringen av de dyraste konsumentkrediterna ska det dessutom lämnas information om vart konsumenten kan vända sig för att få stöd i skuldfrågor. Vid sådan marknadsföring ska skuldrådgivningens webbadress eller alternativt tjänstens logo anges. (CONC 3.4.1) När det med konsumenten ingås ett avtal om en kortfristig konsumentkredit med hög kostnadsstruktur ska det dessutom nämnas att krediten i fråga inte lämpar sig för en hållbar, långvarig lösning och att kostnaderna kan bli höga (CONC 4.2.8).

### *Nederländerna*

Enligt artikel 4 i den nederländska förordningen om kreditkostnader (besluit kredietvergoeding) utgör det årliga kreditkostnadstaket lagstadgad rörlig ränta (2 procent i juli 2022) utökad med åtta procentenheter, dvs. kreditkostnadstaket är för närvarande 10 procent. Till följd av coronavirusläget sänktes taket temporärt till denna nivå 2020. Det tidigare taket var den lagstadgade rörliga räntan utökad med 12 procentenheter. Det lägre kostnadstaket blev permanent genom den ändring av bestämmelserna som trädde i kraft den 1 juli 2022.

Enligt uppgifter från finansministeriet i Nederländerna föreslogs det när den temporära prisregleringen infördes att små krediter inte längre skulle erbjudas och att utbudet i allt större utsträckning skulle överföras till fakturerings tjänster (buy-now-pay-later). Dessutom bedömdes

det att lånebeloppen skulle öka, lånetiderna förlängas och driftskostnaderna för finansiella tjänster öka. Dessa konsekvenser har enligt uppgift delvis realiserats i och med den temporära prisregleringen, som alltså för närvarande är permanent. Enligt uppgift från finansministeriet fanns det dock en motsvarande utveckling redan före reformen.

Bestämmelser om marknadsföring av konsumentkrediter finns i förordningen om tillsyn över finansbolags verksamhet (Besluit Gedragstoezicht financiële Onderneming Wft). Förordningen innehåller särskilda bestämmelser bl.a. om kreditgivarnas informationsskyldighet. Enligt artikel 53.7 i förordningen ska kreditgivaren i sin reklam om krediten inkludera en varning om de eventuella konsekvenserna av krediten, utom när det är fråga om en kredit för köp av en bostad. I tilläggsförordningen (Nadere Regeling gedragstoezicht financiële Onderneming WFT), som utfärdats av den nederländska finansmarknadsmyndigheten (AFM), finns det relativt exakta bestämmelser om placeringen av varningen i reklamen och om andra detaljer. I den ingår kompletterande bestämmelser om de krediter som finansieringsbolagen erbjuder. I tilläggsförordningen finns mycket detaljerade bestämmelser om bl.a. utformningen av varningen och andra omständigheter som hänför sig till varningen. I förordningen har det separat beaktats reklam i skriftlig form, reklam som förmedlas via radio, audiovisuella reklamer som förmedlas via internet, reklam som förmedlas via television.

Enligt artikel 53.9 i förordningen om tillsyn över finansbolags verksamhet får det i reklamen inte hänvisas till hur lätt och snabbt det går att få kredit eller till eventuella skattemässiga förmåner. I reklamen får det inte föras fram att de nuvarande kreditavtalen inte alls eller nästan inte alls har någon betydelse vid bedömningen av en ny kreditansökan. Reklamen får inte heller innehålla information om att kredit kan beviljas trots anteckningar i ett negativt kreditupplysningsregister eller annars på grunder som avviker från de allmänna bestämmelserna om förfarandet vid beviljande av kredit.

### *Lettland*

Bestämmelser om marknadsföring av konsumentkrediter finns i Lettlands marknadsföringslag (Reklāmas Likums). Lagen innehåller bestämmelser om allmänna krav på marknadsföringen. Närmare bestämmelser om reklam för konsumentkrediter finns i den förordning om konsumentkrediter som utfärdats med stöd av konsumentskyddslagen och marknadsföringslagen (noteikumi par patērētāja kredītēšanu).

Med stöd av artikel 13 i förordningen är det förbjudet att i reklam för konsumentkrediter främja ansvarslös upplåning. Vid bedömningen ska det sätt på vilket reklamen presenteras och reklamens innehåll i sin helhet beaktas. Dessutom ska uppmärksamhet fästas vid de uppgifter som ges om krediten samt vid huruvida reklamen uppmuntrar konsumenten att fatta ett ekonomiskt sett förnuftigt beslut. Reklam anses uppmuntra till ansvarslös kreditgivning om den uppmanar konsumenten att skaffa krediten på ett oöverlagt sätt eller utan att bedöma nödvändigheten av krediten, om den uppmanar konsumenten att ansöka om kredit oberoende av konsumentens ekonomiska situation, ger intryck av att kredittagningen är riskfri och lämplig för att lösa ekonomiska svårigheter samt påverkar konsumentens beslutsfattande genom att erbjuda ytterligare fördelar som inte direkt hänför sig till användningen av krediten. Det är också förbjudet att i reklam ge information om konsumentens möjligheter att få kredit trots sin negativa kreditupplysningshistoria.

Konsumentskyddslagen ändrades genom en lag som trädde i kraft den 1 juli 2019. Genom reformen begränsades marknadsföringen av konsumentkrediter avsevärt. Enligt 8(3) § i konsumentskyddslagen får det inte göras reklam för kreditjänster, utom när 1) kreditgivaren eller

kreditförmedlaren gör reklam i lokaler där kreditgivaren eller kreditförmedlaren bedriver ekonomisk verksamhet, 2) den görs på kreditgivarens eller kreditförmedlarens webbplats eller via ett online-system som konsumenten använder för att ta emot tjänster efter identifieringskontrollen, 3) den genomförs i en sådan mobilapplikation hos kreditgivaren eller kreditförmedlaren som konsumenten efter kontrollen använder för att ta emot kreditgivarens tjänster, 4) den görs genom att en potentiell kund kontaktas personligen eller per telefon, om konsumenten samtycker till det, 5) den görs via post- eller elektroniska försändelser till konsumenten, om konsumenten på förhand entydigt har samtyckt till att ta emot reklamen, 6) en person som inte är borgenär eller kreditförmedlare gör reklam för varor eller tjänster som inte har samband med krediten (med undantag för televisions- och radioreklam) och personen informerar om möjligheten att finansiera inköpet med krediten. Förbudet mot reklam tillämpas inte på reklam för kreditgivarens varumärke eller på studielån. Reklam för kreditgivarens varumärke, inklusive sponsring, är förbjuden i televisions- och radioprogram som finansieras ur statsbudgeten eller lokalförvaltningens budget.

Enligt uppgift från Lettlands ekonomiministerium är ovan beskrivna bestämmelse om marknadsföring av kredittjänster parlamentsbaserad, och det finns inget beredningsmaterial motsvarande en regeringsproposition om bestämmelsen.

I Lettland ingår bestämmelser om räntetak för konsumentkrediter i artikel 8 i konsumentskyddslagen (patērētāju tiesību aizsardzības likums). Enligt punkterna 22 och 23 i artikeln ska kostnaderna för ett konsumentkreditavtal vara proportionella och i enlighet med god affärsed. Kreditkostnaderna får inte överstiga 0,07 procent av det kreditbelopp som beräknas för en dag. Enligt punkt 24 i artikeln får kreditkostnaderna för ett kreditavtal på högst tre månader inte överstiga det beviljade kreditbeloppet. Till dessa kostnader räknas bland annat krediträntor, dröjsmålsräntor, avtalsböter, arvoden och andra avgifter. Kostnadstaket enligt bestämmelsen gäller dock inte t.ex. överskridanden.

## **5 Remissvar**

I enlighet med det ovan sagda begärde justitieministeriet via tjänsten utlåtande.fi utlåtanden om arbetsgruppens betänkande av 62 aktörer, varav 37 lämnade ett utlåtande. Därtill lämnade 11 andra aktörer ett utlåtande.

På ett allmänt plan ansåg remissinstanserna det viktigt att förebygga överskuldssättning och problem i samband med den. En del av remissinstanserna ansåg emellertid inte att alla metoder som föreslås i betänkandet behövs eller kan bidra till att nå de föreslagna målen. En del ansåg att de föreslagna bestämmelserna var för omfattande, medan andra ansåg att de föreslagna metoderna är otillräckliga med tanke på målen.

Remissinstansernas åsikter gick isär särskilt i fråga om en bestående sänkning av räntetaket. Exempelvis arbets- och näringsministeriet, Finansinspektionen, Konkurrens- och konsumentverket samt Försäkrings- och finansrådgivningen understödde en sänkning av räntetaket i enlighet med det som föreslås i betänkandet. Däremot ställde sig flera företrädare för näringslivet negativa till en sänkning av räntetaket. Många av dem ansåg att det inte finns tillräckligt med information om konsekvenserna av de tidigare ändringarna i prisregleringen för att behovet av att sänka räntetaket ska kunna bedömas på ett tillförlitligt sätt. Enligt deras synpunkt bör dessutom konsekvenserna av andra reformer först utredas, såsom det positiva kreditupplysningsregistret och förslaget till lagstiftning som begränsar hushållens skuldssättning. Kuluttajaliitto - Konsumentförbundet ry, Garantistiftelsen sr och vissa andra ansåg å sin sida att det vore skäl att sänka räntetaket mer, till 10 procent. Även social- och hälsovårdsministeriet ansåg att en

sänkning av räntetaket till den nivå effektivare skulle förebygga de negativa följderna av skuldsättning samt överskuldsättning.

Exempelvis Konkurrens- och konsumentverket ansåg det vara synnerligen viktigt att regleringen till vissa delar också föreslås gälla kreditavtal som har ingåtts före lagens ikraftträdande. Däremot förhöll sig Finanssiala ry och flera andra företrädare för näringslivet kritiska till förslaget och ansåg bl.a. att retroaktiv reglering skulle vara problematisk i synnerhet med tanke på förutsägbarheten och rättssäkerheten.

Under den fortsatta beredningen har det inte framkommit några grunder för att avvika från det som föreslås i betänkandet när det gäller prisreglering. För orsakerna till sänkningen av och den valda nivån på räntetaket samt till den tidsmässiga tillämpningen av räntetaket redogörs i avsnitt 3.1.1. Förslaget om att räntetaket ska bindas till den referensränta som avses i 12 § i räntelagen fick ett positivt mottagande vid remissbehandlingen och har likaså bibehållits oförändrat.

De skärpta bestämmelserna om marknadsföring av konsumentkrediter delade också åsikterna bland remissinstanserna. En del ansåg att det föreslagna lagstiftningspaketet är balanserat medan andra ansåg att det till vissa delar är för långtgående eller lämnar rum för tolkning. Vissa remissinstanser tyckte däremot att de föreslagna åtgärderna inte är tillräckliga och att det behövs strängare lagstiftningsåtgärder än de föreslagna för att råda bot på otillbörlig marknadsföring.

Bland de remissinstanser som ansåg att marknadsföringen behöver regleras ytterligare gick åsikterna isär om på vilket sätt regleringen behöver skärpas. Exempelvis Konkurrens- och konsumentverket och Regionförvaltningsverket i Södra Finland stödde i första hand en modell med bestämmelser om maximal information vid marknadsföring. De var dessutom för ett förbud mot direkt marknadsföring av konsumentkrediter utan undantag från tillämpningsområdet. Kuluttajaliitto - Konsumentförbundet ry, Garantistiftelsen och vissa andra aktörer stödde däremot i första hand ett förbud mot reklam för vissa krediter. Under den fortsatta beredningen gjordes en ny bedömning av möjligheterna att föreslå de nämnda regleringsmodellerna, men på grund av problemen i anslutning till dessa modeller (se avsnitt 4.1) gick man inte in för att ta med modellerna i den slutliga propositionen heller.

Med undantag för vissa företrädare för näringslivet var däremot också Pensionstagarnas Centralförbund PCF rf och Försäkrings- och finansrådgivningen skeptiska till betänkandets förslag om varning som ska lämnas i reklam. De bedömde att skyldigheten att varna skulle få små konsekvenser och snarare belasta reklamen i onödan. Vid den fortsatta beredningen beslutade man att avstå från den föreslagna skyldigheten att varna.

Vissa företrädare för näringslivet, såsom Finsk Handel rf, Suomen Asiakkuusmarkkinointiliitto ry och Klarna Oy, kritiserade bestämmelsen om i vilken ordning betalningssätten ska presenteras på nätet särskilt för att näringsidkaren inte ska få använda något betalningssätt som standardval. Enligt dem försvårar bestämmelsen köpprocessen i onödan. Till denna del har förslaget i huvudsak kvarstått oförändrat. Om det t.ex. tillåts att betalning med faktura används som standardval för att konsumenten i samband med det första köpet har valt faktura som betalningssätt i en viss webbutik, när man till stor del inte regleringens syfte att konsumenten omsorgsfullare ska överväga om kredit eller betalningsansånd ska utnyttjas. Formuleringarna i bestämmelsen har ändå preciserats till vissa delar.

Social- och hälsovårdsministeriet, Institutet för hälsa och välfärd och hjälptjänsten Peluuri för personer med spelproblem ansåg att en tidsmässig fördröjning mellan det att låneansökan görs och pengarna överförs till konsumenten kan förebygga skuldsättning i anslutning till penning-spel. Till denna del kan det påpekas att det redan nu i 7 kap. 19 § i konsumentskyddslagen finns

en bestämmelse om en begränsning som gäller tidpunkten för överlåtande av medel, om kredit söks och beviljas mellan klockan 23 och 7. Trots att en större tidsmässig fördröjning än så onekligen kan dämpa skuldsättningen bl.a. i anslutning till penningspel, kan en sådan bestämmelse samtidigt medföra onödiga problem för konsumenterna i situationer där pengar behövs omedelbart av grundad anledning.

Utvidgningen av skyldigheten att identifiera kunderna ansågs i huvudsak vara en välkommen och behövlig ändring. Vissa remissinstanser ansåg emellertid att förslaget skulle medföra en alltför stor administrativ börda för näringsidkarna och dessutom påverka konsumenternas köpupplevelse negativt. Dessutom framfördes bestämmelsens negativa konsekvenser för vissa konsumentgrupper för vilka det är extra svårt att sköta ärenden i en elektronisk miljö. Den sistnämnda frågan behandlas i avsnitt 3.2.3. Medieförbundet rf, Klarna Oy och Sanoma Media Oy föreslog som ett alternativ en gräns i euro där köp som understiger denna gräns inte ska omfattas av identifieringsskyldigheten. Det anses inte motiverat att införa en sådan gräns. En gräns i euro komplicerar regleringen i onödan och gör det bl.a. oklart hur gränsen ska tolkas i fråga om avtal som gäller tills vidare. Det kan också antas att de allra minsta inköpen vanligtvis inte ens betalas med faktura.

Företagarna i Finland rf ansåg att identifieringsskyldigheten inte ska gälla situationer där en tjänst beställs på nätet, i regel produceras som en personlig tjänst för konsumenten och faktureras i efterhand. Utan ett sådant undantag skulle regleringen enligt denna förening omfatta många mikro- och ensamföretagare, såsom fotografer, musiker och tillhandahållare av cateringtjänster eller hushållstjänster, för vars del den föreslagna regleringen inte behövs och inte är proportionerlig för att förhindra missbruk. Propositionen har i enlighet med detta ändrats så att identifieringsskyldigheten inte heller ska tillämpas på avtal som gäller tjänster som utförs på något annat sätt än med ett medel för distanskommunikation, när betalningsansåndet erbjuds av tjänsteleverantören själv. Identifieringsskyldigheten föreslås ändå gälla situationer där betalningsansåndet erbjuds av en tredje part, såsom ett betalnings- eller kreditinstitut.

Under den fortsatta beredningen har det dessutom utifrån remissvaren även gjorts andra kompletteringar och preciseringar i propositionen. Med anledning av det utlåtande som rådet för bedömning av lagstiftningen har gett om utkastet till proposition har propositionen kompletterats i den mån det varit möjligt med beaktande av den information som funnits tillgänglig. Till propositionen har det bl.a. fogats en tabell med en sammanfattning av propositionens konsekvenser för konsumenter och näringsidkare.

## **6 Specialmotivering**

### **6.1 Konsumentskyddslagen**

#### **6 kap. Hemförsäljning och distansförsäljning**

**4 §. Tillämpning av bestämmelserna på vissa tjänster.** Det föreslås att 1 mom. ändras så att det på avtal som gäller passagerartransporttjänster och på sådana paketresor som avses i lagen om kombinerade resetjänster också tillämpas den föreslagna 12 b § om presentation av tillgängliga betalningssätt på nätet och den föreslagna 12 c § om kontroll av identiteten hos konsumenter. Regleringen gäller således också t.ex. avtal om buss- och flygtransporter.

**12 b §. Presentation av tillgängliga betalningssätt på nätet.** Paragrafen är ny och i den föreskrivs om presentation av betalningssätt vid konsumenters köp av nyttigheter på nätet. Syftet med bestämmelsen är att styra konsumenterna att i första hand använda andra betalningssätt än sådana genom vilka betalningen av nyttigheten skjuts upp.



Köp av nyttigheter på nätet ska förstås i vid bemärkelse. Med det avses all distansförsäljning som sker i en elektronisk miljö, oberoende av om den sker via en mobil webbplats eller någon annan webbplats eller om det är fråga om en nyttighet som anskaffas via t.ex. sociala medier eller om köp inom en viss applikation.

I 1 mom. finns bestämmelser om i vilken ordning de tillgängliga betalningssätten ska presenteras i samband med slutande av ett avtal. Med en presentation i samband med slutande av ett avtal avses den fas av köpprocessen då konsumenten väljer det betalningssätt som passar honom eller henne bäst. I den gällande 6 kap. 10 § föreskrivs det åter om skyldigheten att på ett klart och tydligt sätt, senast i början av beställningsprocessen, på webbplatsen för handeln (e-handelsplats) informera om bl.a. vilka betalningssätt som godtas. Det är då fråga om en tidigare fas av handeln än i den nu föreslagna paragrafen.

Den föreslagna bestämmelsen innebär inte att konsumenten ska erbjudas alla de betalningssätt som räknas upp i momentet, utan bestämmelsen är tillämplig på de betalningssätt som vid respektive tidpunkt erbjuds konsumenten. Det bör dock noteras att t.ex. tillhandahållande av kredit som enda betalningssätt med stöd av annan lagstiftning i vissa situationer kan bedömas som ett oskäligt avtalsvillkor.

Enligt 1 mom. 1 punkten ska näringsidkaren i första hand presentera för konsumenten betalningssätt som inte innefattar en möjlighet att ansöka om eller använda kredit eller att få annat betalningsansånd. Sådana betalningssätt är numera vanligen bankernas så kallade nätbetalningar, som innebär att konsumentens konto debiteras genast i samband med inköpstransaktionen. Detsamma gäller betalning med enbart ett debet- eller Visa Electron-kort, eller exempelvis motions- eller kulturförmaner.

I konsumentskyddslagens 7 kap. avses med konsumentkredit en sådan kredit som kreditgivaren enligt avtal lämnar eller utfäster sig att lämna en konsument som lån, betalningsansånd eller som något annat motsvarande ekonomiskt arrangemang. Enligt förarbetena till lagen (RP 24/2010 rd) innebär ett betalningsansånd dock inte alltid att en kredit beviljas. Både i handeln med konsumtionsnyttigheter och särskilt när det gäller konsumenttjänster har konsumenten ofta möjlighet att betala köpesumman mot faktura inom en kort bestämd tid. Enligt förarbetena till lagen anses denna faktureringspraxis inte vara en sådan konsumentkredit som avses i momentet, om fakturerings- och betalningstiden är vanlig i branschen. Utanför kapitlets tillämpningsområde har dessutom med stöd av 7 kap. 1 § 5 mom. 1 punkten lämnats t.ex. krediter där ingen ränta eller andra avgifter tas ut. Det bör noteras att det i den nu föreslagna paragrafen med kredit eller annat betalningsansånd inte avses enbart krediter som omfattas av tillämpningsområdet för 7 kap. i konsumentskyddslagen, utan med kredit avses alla de betalningssätt som innebär att en nyttighet inte betalas genast.

Med en presentation av de tillgängliga betalningssätten avser man att om betalningssätten t.ex. anges som en del av köpprocessen, ska eventuella betalningssätt enligt 1 punkten räknas upp först, och de ska också i övrigt presenteras så att konsumenten kan upptäcka dem före andra betalningssätt.

Det är möjligt, om än exceptionellt, att när bankernas nätbetalningar väljs som betalningssätt så kan konsumenten också välja ett konto med kredit. Enbart detta leder inte till att nätbetalningar inte kan betraktas som ett betalningssätt enligt 1 punkten.

Enligt 1 mom. 2 punkten ska det för konsumenten därefter presenteras betalningssätt som kan innefatta en möjlighet att ansöka om eller använda kredit eller att få annat betalningsansånd. Till dessa betalningssätt hör vanligtvis t.ex. kombinationskort, varvid konsumenten själv kan

välja om han eller hon betalar en nytthet med debet- eller kreditfunktionen. Detsamma gäller sådana betalningsapplikationer, exempelvis MobilePay, till vilka konsumenten enligt eget val har kunnat koppla både ett debetkorts och ett kreditkorts nummer.

Enligt 3 punkten ska som sista betalningssätt presenteras betalningssätt som innebär ansökan om eller användning av kredit eller annat betalningsanstånd. Punkten är givetvis för det första tillämplig på betalningssätt som förutsätter ingående av kreditavtal eller där det är fråga om användning av betaltids- eller kreditkort. Det kan också vara fråga om betalningsapplikationer som utan undantag innebär en användning av kredit. Typiska betalningssätt som omfattas av denna punkt är dessutom fakturor som betalas antingen på en gång eller i rater, oberoende av om det är fråga om en kredit som omfattas av tillämpningsområdet för 7 kap. i konsumentskyddslagen eller inte. Således gäller punkten betalning mot faktura också när betalningstiden är sedvanlig eller när det inte av konsumenten tas ut någon ränta eller andra avgifter för krediten. Punkten omfattar också betalning mot postförskott.

Enligt 2 mom. får näringsidkare inte vid presentationen av alternativa betalningssätt använda något betalningssätt som standardval. Med stöd av momentet är det alltså förbjudet att kräva att konsumenten vidtar en särskild åtgärd för att undvika ett visst betalningssätt när också andra alternativa betalningssätt har presenterats för honom eller henne. Det är alltså fråga om ett förfarande som strider mot paragrafen också när betalningssätten i och för sig har erbjudits i den ordning som förutsätts i 1 mom. men på så sätt att ett visst betalningssätt har valts på förhand t.ex. genom användning av förkryssade rutor.

För tydlighetens skull är det skäl att konstatera att standardval inte får användas i sådana här fall ens när konsumenten tidigare t.ex. vid anlitan av samma betalningsleverantörs tjänster har valt ett visst betalningssätt, utan konsumenten ska göra ett val separat för varje avtal. Eftersom bestämmelsen gäller situationer där det för konsumenten i samband med köpprocessen presenteras olika alternativa betalningssätt, utgör bestämmelsen inget hinder för att de köp som konsumenten gjort i smarttelefonens appbutik debiteras hans eller hennes betalkort. Uppgifterna om betalkortet har konsumenten på förhand sparat i sin telefon för betalning av sådana köp.

Den näringsidkare med vilken konsumenten ingår ett distansavtal ansvarar för att köpprocessen är lagenlig oberoende av om näringsidkaren eventuellt har anlitat en eller flera näringsidkare för att erbjuda betalningssätten. I verkligheten är det dock i synnerhet när det gäller mindre nätbutiker typiskt att betalningsprocessen till och med helt har getts i uppdrag åt en utomstående tjänsteleverantör, såsom en betaltjänstleverantör eller en kreditgivare, och att förhandlingsstyrkan också hos en näringsidkare som bedriver näthandel de facto kan vara ringa. För att effektivisera tillsynen och för att regleringen ska kunna riktas på ett rättvist sätt föreslås det i 3 mom. att de skyldigheter som i paragrafen åläggs näringsidkare också ska gälla betaltjänstleverantörer, kreditgivare och andra näringsidkare till den del som de har kunnat påverka hur betalningssätten presenteras, dvs. användningen av standardval och i vilken ordning betalningssätten presenteras.

Momentet blir således vanligen tillämpligt när en tjänst som tillhandahålls av någon annan näringsidkare används för betalningen. Det är klart att en annan näringsidkare med stöd av bestämmelsen kan ansvara för efterlevnaden av bestämmelserna endast till den del det är fråga om omständigheter som omfattas av denna näringsidkares inflytande. En näringsidkare kan inte bli tvungen att ansvara för t.ex. hur någon annan tjänsteleverantörs betalningssätt presenteras eller för att en näringsidkare som är part i ett distansförsäljningsavtal själv vid sidan av de betalningssätt som betalningsleverantören erbjuder har erbjudit t.ex. betalning mot faktura och valt detta alternativ som standardval eller har placerat detta alternativ i prioritetsordningen före andra betalningssätt. Till den del det däremot är fråga om betalningssätt som den andra näringsidkaren

erbjuder, ska också den näringsidkaren för sin del se till att bestämmelsen iakttas. Vid bedömningen av om ansvaret kan utsträckas till att gälla också en annan näringsidkare ska det fästas vikt vid vilka faktiska möjligheter denna andra näringsidkare har att påverka hur betalningssätten presenteras.

**12 c §.** *Kontroll av identiteten hos konsumenter och bevarande av uppgifterna om kontrollen i vissa fall.* Den föreslagna paragrafen är ny, men motsvarar i många avseenden till sitt sakinnehåll konsumentskyddslagens 7 kap. 15 § om kontroll av kreditsökandens identitet, så som paragrafen föreslås bli ändrad i lagförslag 1, och 7 kap. 16 § om skyldigheten att bevara uppgifter om identitetskontroll.

Om konsumenten vid köp av nyttigheter på nätet väljer ett betalningssätt som innebär betalningsanstånd, ska konsumentens identitet enligt det föreslagna 1 mom. kontrolleras i samband med godkännandet av betalningssättet med hjälp av en identifieringsmetod som uppfyller kraven på system för elektronisk identifiering enligt 8 § i lagen om stark autentisering och betrodda elektroniska tjänster (*autentiseringslagen*). Vid identifieringen ska alltså användas så kallad stark autentisering. I praktiken är starka elektroniska identifieringsverktyg för närvarande t.ex. bankernas nätbankskoder, teleföretagens mobilcertifikat samt medborgarcertifikat från Myn-digheten för digitalisering och befolkningsdata med ett identitetskort utfärdat av polisen.

Också i betaltjänstlagen föreskrivs det om stark kundautentisering. I allmänhet uppfyller identifieringsverktygen samtidigt kraven på stark kundautentisering enligt både autentiseringslagen och betaltjänstlagen, men undantagsvis är det möjligt att ett visst identifieringsverktyg endast uppfyller kraven enligt betaltjänstlagen, men inte kraven enligt autentiseringslagen. Sådana identifieringsverktyg kan användas t.ex. av vissa specialgrupper, såsom utlänningar som saknar finländsk personbeteckning men som det har ansetts möjligt att erbjuda banktjänster. För att det inte ska bli svårare för dessa grupper med särskilda behov att sköta sina ärenden på nätet, ska det enligt momentet i stället för identifieringsverktyg som uppfyller kraven på stark autentisering enligt autentiseringslagen också vara möjligt att använda en identifieringsmetod som uppfyller kraven på stark kundautentisering enligt 8 § 24 punkten och 85 c § 4 mom. i betaltjänstlagen. I 8 § 24 punkten i betaltjänstlagen ingår en definition av stark kundautentisering. Hänvisningen också till 85 c § 4 mom. i betaltjänstlagen innebär att den starka kundautentisering som avses i den föreslagna paragrafen i tillämpliga delar ska uppfylla också de närmare krav som anges i kommissionens tekniska standarder för tillsyn, som utfärdats med stöd av artikel 98 i betaltjänstdirektivet.

Paragrafen gäller på samma sätt som den föreslagna 6 kap. 12 b § situationer där konsumenten köper nyttigheter på nätet. Köp av nyttigheter på nätet ska förstås i vid bemärkelse. Med det avses all distansförsäljning som sker i en elektronisk miljö, oberoende av om den sker via en mobil webbplats eller någon annan webbplats eller om det är fråga om en nyttighet som anskaffas via t.ex. sociala medier eller om köp inom en viss applikation. Även valet av betalningssätt ska förstås i vid bemärkelse så att det också omfattar situationer där enbart möjligheten att betala en nyttighet mot faktura erbjuds.

Med betalningsanstånd avses, med beaktande av de betydande tillämpningsundantag som ingår i 3 mom., i praktiken framför allt en situation där konsumenten väljer faktura som betalningssätt. Syftet med bestämmelsen är att förhindra missbruk som grundar sig på bristfällig kontroll av konsumentens identitet.

För tydlighetens skull kan det konstateras att om det t.ex. är fråga om en fortlöpande tidningsprenumeration som tecknas via nätet och som faktureras per faktureringsperiod, räcker det att konsumenten har identifierats på det sätt som avses i bestämmelsen i det skede då konsumenten

valde att betala fakturan i samband med att tidningsprenumerationen gjordes. Det är alltså inte längre nödvändigt att identifiera konsumenten när en ny faktura på basis av samma avtal sänds till konsumenten efter att den första faktureringsperioden tagit slut. På motsvarande sätt är det tillräckligt att konsumenten identifieras på det sätt som avses i bestämmelsen i samband med att prenumerationsavtalet ingås, om konsumenten när det gäller en prenumeration som består av flera faktureringsperioder har valt t.ex. nätbetalning som betalningssätt för den första prenumerationsperioden och faktura för de följande prenumerationsperioderna.

Identifieringsskyldigheten gäller den näringsidkare som erbjuder konsumenten betalningssättet i fråga. Identifieringsskyldigheten kan alltså beroende på situationen gälla t.ex. betaltjänstleverantören eller säljaren själv. Konsumentens identitet kan i och för sig kontrolleras av en separat tjänstleverantör för säljarens eller betalningsleverantörens räkning, och så här är det också vanligen, men det yttersta ansvaret för att kontrollera identiteten kvarstår också i dessa fall hos den som tillhandahåller det betalningssätt som kräver identifiering.

I 2 mom. föreskrivs det i enlighet med 7 kap. 16 § om skyldigheten att bevara uppgifterna om identitetskontroll i de fall där näringsidkaren inte är skyldig att bevara uppgifterna redan med stöd av lagen om förhindrande av penningtvätt och av finansiering av terrorism. Med stöd av bestämmelsen ska det bevaras information om åtminstone vilken metod som använts vid kontrollen. I fråga om andra uppgifter varierar innehållet i skyldigheten att bevara beroende på vilken identifieringsmetod som har använts och hurdana uppgifter näringsidkaren får med hjälp av en enskild kontroll av identiteten.

De föreslås att uppgifterna ska bevaras i fem år från det att krediten i sin helhet har förfallit till betalning. Skyldigheten att bevara fortgår dock längre än fem år i de fall då det har uppstått meningsskiljaktigheter om avtalet eller betalningen. I avtalet hänvisas det till ett avtal om en konsumtionsnyttighet. I sådana fall ska kontrolluppgifterna om konsumentens identitet bevaras till dess parterna har kommit överens som saken eller meningsskiljaktigheterna har avgjorts. Det föreslås att förvaringstiden för enhetlighetens skull ska vara fem år, eftersom förvaringstiden också enligt lagen om förhindrande av penningtvätt och av finansiering av terrorism är fem år.

Största delen av de betalningssätt som finns tillgängliga på nätet är redan nu förenade med en skyldighet att identifiera kunden med hjälp av en stark identifieringsmetod. Om det är fråga om ingående av ett kreditavtal som omfattas av tillämpningsområdet för 7 eller 7 a kap. i konsumentskyddslagen, följer identifieringsskyldigheten redan för närvarande av 7 kap. 15 §, vars tillämpningsområde föreslås bli utvidgat i 7 kap. 3 § i lagförslag 1 så att bestämmelsen i fortsättningen också ska omfatta nyttighetsbundna engångskrediter. Om betalningssättet däremot omfattas av tillämpningsområdet för betaltjänstlagen, t.ex. när det är fråga om genomförande av en betalningstransaktion med betalkort eller något annat betalningsinstrument, ska bestämmelserna om stark kundautentisering i betaltjänstlagen tillämpas. För att undvika överlappande krav och tolkningsoklarheter föreslås det i 3 mom. 1 punkten att det från paragrafens tillämpningsområde undantas sådana situationer där 7 eller 7 a kap. i konsumentskyddslagen eller betaltjänstlagen tillämpas på betalningssättet. För tydlighetens skull kan det konstateras att också sådana elektroniska betalningstransaktioner som omfattas av betaltjänstlagens tillämpningsområde och i vilka man med stöd av 85 c § 5 mom. i betaltjänstlagen kan avvika från skyldigheten att använda stark kundautentisering faller utanför bestämmelsens tillämpningsområde.

I 2 punkten föreslås det att också sådana fall undantas från paragrafens tillämpningsområde där konsumenten enligt avtalet betalar köpesumman i samband med att varan överläts. Undantaget innebär att stark kundautentisering inte föreligger när konsumenten som betalningssätt har valt postförskott eller betalning i näringsidkarens butik i samband med att varan avhämtas eller om

en nyttighet undantagsvis betalas t.ex. kontant i det skede då nyttigheten levereras hem till konsumenten. Undantaget anses behövt, eftersom dessa betalningssätt inte är förenade med någon liknande risk för missbruk som när nyttigheten betalas mot faktura, och å andra sidan kan betalning i samband med att varan hämtas i vilket fall som helst leda till identifieringsskyldighet redan till följd av annan lagstiftning.

På motsvarande sätt lämnas i 3 punkten sådana fall utanför bestämmelsens tillämpningsområde där en avtalsenlig tjänst utförs på något annat sätt än med ett medel för distanskommunikation. En ytterligare förutsättning är att tjänsteleverantören själv erbjuder betalningsanståndet. Till följd av begränsningen faller utanför bestämmelsens tillämpningsområde t.ex. sådana fest- och hushållstjänster samt advokatjänster som fakturerats i efterhand av tjänsteleverantören själv och som det avtalas om på förhand på nätet men som tillhandahålls konsumenten som personlig service utanför bestämmelsens tillämpningsområde. I sådana fall bedöms risken för missbruk vara liten och identifieringsskyldigheten i samband med köp av en nyttighet å sin sida oskäligt tungrodd för näringsidkaren. Om däremot betalningsanståndet erbjuds av en utomstående part, såsom ett betalnings- eller kreditinstitut, ska bestämmelserna om identifiering tillämpas.

Vid telefonförsäljning kan det på grund av det bekräftelseförfarande som träder i kraft den 1 januari 2023 uppstå en fråga om huruvida den föreslagna bestämmelsen om kontroll av identiteten ska tillämpas på telefonförsäljning på grund av att inköpsprocessen till vissa delar kan överföras till nätet. Därför föreslås det i 4 punkten en uttrycklig bestämmelse om att den föreslagna bestämmelsen om kontroll av identiteten inte ska tillämpas när det är fråga om förvärv av en nyttighet vid telefonförsäljning. När en näringsidkare kontaktar en konsument per telefon utan att konsumenten tagit initiativ till det är risken för att avtalsparten inte själv är konsument mycket liten.

Det är klart att om avtalet i sin helhet ingås per telefon, t.ex. när konsumenten på eget initiativ kontaktar näringsidkaren och parterna ingår ett avtal per telefon om köp av en nyttighet på faktura, är det inte fråga om sådant köp av nyttigheter på nätet som avses i bestämmelsen, och på basis av detta faller inköpstransaktionen utanför bestämmelsens tillämpningsområde.

Med tanke på den allmänna dataskyddsförordningen kan det konstateras att det i paragrafen är fråga om sådan nationell specialreglering som utfärdas med stöd av artikel 6.2 och 3 i den allmänna dataskyddsförordningen. Syftet med 1 mom. är att förhindra missbruk säkerställa att konsumentens identitet kontrolleras noggrant, och syftet med den skyldighet att bevara som ingår i 2 mom. är åter att trygga möjligheten att utreda meningsskiljaktigheter i anslutning till ett avtal eller en betalning samt att säkerställa att tillsynsmyndigheten effektivt kan utöva tillsyn över efterlevnaden av bestämmelserna. Enligt den allmänna dataskyddsförordningen ska det finnas en laglig grund för behandlingen av personuppgifter, och i detta fall grundar sig behandlingen av personuppgifter på den personuppgiftsansvariges rättsliga förpliktelse (artikel 6.1 c), dvs. skyldigheten för näringsidkare att kontrollera konsumenternas identitet på det sätt som avses i paragrafen. Den föreslagna regleringen bedöms vara förenlig med det allmänna intresset och proportionerlig (se närmare motiveringar till lagstiftningsordningen).

**25 §. Påföljderna vid brott mot bestämmelserna i kapitlet.** Det föreslås att 2 mom. kompletteras till följd av att 12 b och 12 c § ska omfattas av bestämmelserna om påföljdsavgift.

## 7 kap. **Konsumentkrediter**

**3 §. Begränsningar i fråga om tillämpningen i vissa andra fall.** Paragrafen motsvarar i övrigt gällande 3 §, men det föreslås att 2 mom., där det föreskrivs om undantag från tillämpningen av 15 och 16 § i fråga om nyttighetsbundna engångskrediter, upphävs. Därmed ska både 15 § om

kontroll av kreditsökandens identitet och 16 § om skyldigheten att bevara uppgifterna om identitetskontroll i fortsättningen också gälla nyttighetsbundna engångskrediter. Upphävandet av momentet gör att det nuvarande 3 mom. blir 2 mom. och det nuvarande 4 mom. blir 3 mom. Dessutom görs en hänvisningsteknisk ändring i 1 mom. på grund av att 13 § 2 mom. 4 punkten enligt förslaget blir 5 punkt i momentet.

**13 §. God kreditgivningssed.** Paragrafens 1 mom. motsvarar den gällande lagen.

I 2 mom. i den gällande paragrafen nämns de förfaranden som särskilt förutsätts av kreditgivaren för att verksamheten ska kunna anses överensstämma med god kreditgivningssed. Det är fråga om en exempelförteckning som konkretiserar bestämmelsens innehåll och som inte är avsedd att vara uttömmande.

Enligt den gällande 1 mom. 1 punkten förutsätts det särskilt att kreditgivaren inte marknadsför en kredit så att marknadsföringen tydligt bidrar till att försämra konsumentens förmåga att noggrant överväga krediten. Enligt förslaget ska den nuvarande 1 punkten delas upp i flera underpunkter där det noggrannare än för närvarande beskrivs vilket slags förfarande som inte anses förenligt med god kreditgivningssed vid marknadsföringen av en kredit.

Enligt den föreslagna 2 mom. 1 punkten underpunkt a förutsätts det att kreditgivaren vid marknadsföringen av krediten inte förringar allvaret i eller betydelsen av kredittagningen. Ett förfarande som strider mot bestämmelsen kan redan för närvarande i många fall anses strida mot bestämmelsen om god kreditgivningssed, men av tydlighetsskäl anses det nödvändigt att precisera saken uttryckligen i lagen.

För tydlighetens skull kan det konstateras att marknadsföring som inte särskilt betonar allvaret i eller betydelsen av kredittagningen inte ska anses strida mot bestämmelsen, utan avsikten med bestämmelsen är att ingripa i marknadsföring där allvaret i eller betydelsen av kredittagningen förringas antingen direkt eller indirekt.

Med förringande av allvaret i eller betydelsen av kredittagandet avses framför allt att kredittagandet vid marknadsföringen presenteras som en bekymmersfri eller riskfri lösning på konsumentens penningbrist eller skuldproblem. Med förringande av allvaret i eller betydelsen av kredittagandet avses också att kredittagandet anges i marknadsföringen som något vardagligt och som en del av normala vardagsrutiner. Det anses nödvändigt att bestämmelsen uttryckligen tas in i lagen, eftersom konsumentkrediter ofta har mer långvariga och ekonomiskt viktigare påföljder än andra nyttigheter. Därför ska man vid marknadsföringen av krediten fästa särskild uppmärksamhet vid att inte allvaret i eller betydelsen av kredittagandet förringas och att konsumenterna inte på så sätt uppmuntras att ansöka om kredit på lätta grunder.

Enligt den föreslagna 1 punkten underpunkt b får kreditgivaren vid marknadsföringen av en kredit inte ge intryck av att kredittagning löser konsumentens ekonomiska problem eller minskar problemen eller andra negativa effekter som problemen ger upphov till. Även ett förfarande som strider mot denna bestämmelse kan redan för närvarande i många fall anses strida mot bestämmelsen om god kreditgivningssed, men av tydlighetsskäl anses det nödvändigt att också till denna del precisera saken uttryckligen i lagen.

Det skulle t.ex. strida mot bestämmelsen att marknadsföra kredit för betalning av existerande skulder genom att framföra eller på annat sätt skapa ett intryck av att de ekonomiska problemen för en konsument som sedan tidigare är skuldsatt löses eller minskar genom en ansökan om en ny kredit, eller att krediten skulle fungera som ett verktyg för hantering av ekonomin för en sådan konsument. Det skulle också strida mot bestämmelsen att t.ex. framföra eller på annat sätt

skapa ett intryck av att stress eller andra bekymmer som beror på konsumentens ekonomiska problem minskar genom kredittagningen. Bestämmelsen kan vara relevant också t.ex. vid influerarmarknadsföring. Det kan vara fråga om ett förfarande som strider mot bestämmelsen t.ex. när en influerare som agerar för kreditgivarens eller kreditförmedlarens räkning förklarar att krediten har underlättat de ekonomiska problemen.

För tydlighetens skull kan det konstateras att bestämmelsen inte inverkar på kreditgivarens skyldighet att förhålla sig ansvarsfullt till betalningsarrangemang. För att denna skyldighet ska fullgöras kan det i vissa situationer vara motiverat att upplysa en enskild konsument om t.ex. saneringslån.

Enligt underpunkt c får kreditgivaren vid marknadsföringen av krediten inte heller föra fram att krediten är förmånligare än konsumentens befintliga krediter, om påståendet är osant, vilseledande eller inte på annat sätt kan styrkas. Av hänvisningen till konsumentens befintliga krediter framgår att bestämmelsen framför allt lämpar sig för situationer där avsikten är att krediten ska ersätta konsumentens andra krediter. Som exempel kan nämnas saneringslån.

Påståendet om att krediten är förmånligare är osant t.ex. när krediten de facto är dyrare än konsumentens andra krediter. Punkten blir normalt tillämplig i situationer där förhandlingar om lån redan har inletts med konsumenten. Det kan åter vara fråga om vilseledning t.ex. när det vid marknadsföringen av ett saneringslån lyfts fram hur liten den månatliga posten är jämfört med de månatliga posterna för konsumentens eventuella befintliga krediter utan att det samtidigt förs fram att en ny kredit på grund av andra villkor för saneringslånet, t.ex. villkoret om återbetalningstid för krediten, de facto kan bli dyrare för konsumenten än hans eller hennes tidigare krediter. Punkten kan vara tillämplig både då det gäller allmän marknadsföring och senare skeden då konsumenten t.ex. i samband med en lånejämförelse eller en ansökan om lån informeras om krediten.

Ett påstående om att krediten är förmånligare kan vanligen inte på det sätt som avses i punkten ”på annat sätt styrkas” t.ex. när kreditgivaren de facto inte vet på vilka villkor konsumentens tidigare krediter har beviljats. Detta gäller särskilt vid allmän marknadsföring. Det skulle t.ex. strida mot bestämmelsen att i reklam uppmana konsumenten att byta sitt lån till ett förmånligare lån, byta kreditgivare och spara eller betala de dyra lånen med ett förmånligare lån.

Bestämmelsen kan inte kringgås t.ex. så att det vid marknadsföringen hänvisas till att krediten sannolikt eller i genomsnitt är förmånligare än konsumentens befintliga krediter, om kreditgivaren inte känner till på vilka villkor konsumentens tidigare krediter har beviljats. Däremot hindrar bestämmelsen inte att tjänster för jämförelse av krediter marknadsförs t.ex. genom att konsumenten uppmanas att konkurrensutsätta sitt lån och utreda om krediten kan vara förmånligare än de redan existerande krediterna.

Ett förfarande enligt underpunkt c kan redan för närvarande i många fall anses strida mot bestämmelsen om god kreditgivningssed, men av tydlighetsskäl anses det nödvändigt att precisera saken uttryckligen i lagen.

I den föreslagna 2 mom. 1 punkten underpunkt d förutsätts att kreditgivaren i marknadsföringen inte hävdar att kredittagningen främjar konsumentens sociala framgång eller den sociala acceptansen av konsumenten. Det som strider mot punkten är t.ex. marknadsföring där man utnyttjar den unga vuxnas sociala osäkerhet genom att hävda att innehavet av en nyttinghet som man kunde skaffa sig på kredit gör den unga personen bättre än andra, eller på motsvarande sätt att underlåtelse att skaffa någon nyttinghet som finansieras med krediten kan leda till att personen lämnas utanför vänkretsen. Marknadsföring som strider mot punkten är också sådan marknadsföring av

krediter enligt vilken konsumenten skulle nå större framgång i livet om han eller hon tog kredit. Hävdandet enligt punkten att den sociala framgången och sociala acceptansen främjas kan också indirekt föras fram så att man till exempel i influerarmarknadsföringen gör reklam för en viss livsstil eller direkt för en viss nytthet och direkt eller indirekt kopplar detta till utnyttjande av krediten. Även om bestämmelsen till sitt sakinnehåll i stor utsträckning motsvarar nuläget, anses det nödvändigt att den uttryckligen fogas till lagen, eftersom risken för marknadsföring som strider mot god kreditgivningssed har ökat i och med att den så kallade influerarmarknadsföringen har blivit allmänare.

Enligt 1 punkten underpunkt e får kreditgivaren vid marknadsföringen av en kredit inte påminna konsumenten om en outnyttjad kredit. Det är t.ex. förbjudet att genom ett personligt meddelande till konsumenten påminna om att ett visst belopp av den fortlöpande krediten ännu inte har utnyttjats eller att konsumenten, om han eller hon så önskar, ännu kan utnyttja en viss existerande kredit.

Enligt underpunkten ska det dock vara tillåtet att påminna om en outnyttjad kredit när konsumenten ansöker om en ny kredit hos en sådan kreditgivare med vilken han eller hon redan har ett gällande avtalsförhållande. I sådana situationer kan det vara motiverat att kreditgivaren kontrollerar om konsumenten t.ex. kommer ihåg en fortlöpande kortkredit som beviljats tidigare.

I konsumentombudsmannens tillsynspraxis har det förfarande som avses i den föreslagna underpunkten e för närvarande inte utan undantag ansetts strida mot god kreditgivningssed, dvs. bestämmelsen innebär en skärpning jämfört med nuläget.

Enligt 1 punkten underpunkt f får kreditgivaren vid marknadsföringen av krediten för det första inte koppla användningen av krediten till speltjänster. Med detta avses att man vid marknadsföringen skulle konstatera direkt eller låta förstå att krediten kan användas t.ex. för speltjänster. Enligt underpunkten får kreditgivaren vid marknadsföringen av krediten inte heller rikta marknadsföringen till konsumenter som kan antas använda krediten för speltjänster, även om det vid marknadsföringen i sig inte hänvisas till speltjänster på något sätt. Till sådan förbjuden riktad marknadsföring hör t.ex. att krediten marknadsförs på platser eller webbplatser där speltjänster normalt används. Till riktad marknadsföring till konsumenter som kan antas använda kredit för speltjänster räknas också att man i sökmotortjänster visar konsumenten reklamer för krediter när konsumenten gör en sökning i anslutning till penningsspel. Som sådant riktande av marknadsföring som strider mot bestämmelsen betraktas på motsvarande sätt i t.ex. sociala medier utnyttjande av reklamverktyg på så sätt att kreditmarknadsföringen riktas till konsumenter som är intresserade av penningsspel.

Förfarandet enligt den föreslagna underpunkten f kan redan för närvarande anses strida mot bestämmelsen om god kreditgivningssed, men en precisering av saken uttryckligen i lagen anses behövlig av tydlighetsskäl och för att problem med penningsspel har konstaterats vara en betydande faktor som leder till överskuldssättning.

Enligt 1 punkten underpunkt g får en kreditgivare inte vid marknadsföring av en kredit rikta marknadsföringen till konsumenter som har en anteckning om betalningsstörning eller som annars kan antas ha svårigheter att fullgöra sina skyldigheter enligt kreditavtalet på behörigt sätt. Enligt bestämmelsen ska som förbjuden marknadsföring således betraktas sådan marknadsföring som syftar till att försöka få till kunder i synnerhet konsumenter som har en anteckning om betalningsstörning eller som på grund av brist på regelbundna inkomster, arbetslöshet eller någon annan motsvarande omständighet annars i regel kan ha svårare att få kredit. Ett förfarande enligt den föreslagna underpunkt g kan redan för närvarande anses strida mot bestämmelsen om



god kreditgivningssed, men av tydlighetsskäl anses det nödvändigt att precisera saken uttryckligen i lagen.

Syftet med den nu föreslagna bestämmelsen är framför allt att ingripa i marknadsföring vars målgrupp på basis av marknadsföringens innehåll är de konsumenter som har en anteckning om betalningsstörning eller som annars kan antas ha svårt att fullgöra sina skyldigheter enligt kreditavtalet på behörigt sätt. Som exempel på marknadsföring som strider mot bestämmelsen kan nämnas reklam där det förs fram att en anteckning om betalningsstörning eller brist på regelbundna inkomster inte nödvändigtvis utgör ett hinder för att få kredit. Det är fråga om marknadsföring som strider mot bestämmelsen också när det till en konsument marknadsförs kredit och krediten ska användas till återbetalning av obetalda krediter som har orsakat en anteckning om betalningsstörning.

Bestämmelsen skapar ingen grund för att behandla uppgifter om betalningsstörningar eller andra personuppgifter i marknadsföringssyfte för att säkerställa att marknadsföringen riktas till solventa konsumenter. Det är skäl att betona att redan med stöd av 19 § i kreditupplysningslagen (527/2007) får personkreditupplysningar som registrerats i kreditupplysningsregistret inte lämnas ut eller användas för marknadsföringsändamål. Mot bakgrund av det som nämnts ovan är det på motsvarande sätt klart att det inte är fråga om marknadsföring som strider mot bestämmelsen t.ex. när krediterna på ett neutralt sätt marknadsförs till en stor mängd konsumenter, bland vilka det eventuellt också finns personer som har en anteckning om betalningsstörning.

För tydlighetens skull kan det konstateras att punkten inte heller inverkar på under vilka förutsättningar en konsument kan beviljas kredit, utan avsikten är att begränsa möjligheterna att rikta marknadsföringen till konsumenter som vanligen är förenade med en förhöjd kreditrisk.

Syftet med 1 punkten underpunkt h är att täcka sådana förfaranden i strid med god kreditgivningssed där marknadsföringen tydligt bidrar till att försämra konsumentens förmåga att överväga att ta eller använda krediten men som inte särskilt nämns i underpunkterna a–g. Bestämmelsen motsvarar i övrigt den gällande 2 mom. 1 punkten, men i den ska också användningen av krediten nämnas. Det anses nödvändigt att precisera bestämmelsen på det föreslagna sättet, eftersom osaklig marknadsföring i praktiken har förekommit också för kunder som redan har tagit krediter.

Med stöd av den föreslagna punkten kan t.ex. sådan marknadsföring anses vara förbjuden där snabbheten att ansöka om eller få krediten framhävs. I enlighet med vad som konstateras i motiveringen till den gällande bestämmelsen om god kreditgivningssed är det viktigt att låntagaren kan överväga att låntagningen i lugn och ro utan osaklig påtryckning eller övertalning. Det samma gäller användningen av en redan beviljad kredit.

Bestämmelserna i 2 mom. 2 och 3 punkten motsvarar gällande lag. Nytt är däremot den 4 punkt som enligt förslaget ska tas in i momentet och enligt vilken kreditgivaren inte ska göra reklam för krediten på sådana villkor att kreditkostnaderna vid engångskrediter kan överstiga kapitalbeloppet eller vid fortlöpande krediter det kreditbelopp som konsumenten vid respektive tidpunkt har utnyttjat. Enligt bestämmelsen är det alltså förbjudet att göra reklam för krediter med t.ex. en så liten amorteringspost eller en så lång lånetid att kreditkostnaderna på de villkor som anges i reklamen vid engångskrediter blir större än kapitalet eller vid fortlöpande krediter större än det kreditbelopp som konsumenten vid respektive tidpunkt har utnyttjat. Den nya 4 punkten gör att den nuvarande 4 punkten blir 5 punkt och den nuvarande 5 punkten blir 6 punkt.

I 3 mom. föreskrivs det om tillämpningen av bestämmelsen om god kreditgivningssed på kreditförmedlare. Det föreslås att momentet kompletteras så att också den nya 4 punkten ska tillämpas på kreditförmedlare. Den nya 4 punkten ersätter den nuvarande 4 punkten i och med att den sistnämnda blir en ny 5 punkt. Samtidigt ersätts momentets hänvisning till 2 mom. 4 punkten med en hänvisning till 2 mom. 5 punkten.

För tydlighetens skull kan det konstateras att också de föreslagna nya bestämmelserna i 2 mom. 1 punkten ska tillämpas på kreditförmedlare, men detta förverkligas utan ändringar i paragraferna av den anledningen att redan den nuvarande 1 punkten ska tillämpas på kreditförmedlare.

**15 §. Kontroll av kreditsökandens identitet.** Enligt det gällande 7 kap. 15 § 1 mom. i konsumentskyddslagen ska kreditgivaren noggrant kontrollera den sökandes identitet innan ett avtal om konsumentkredit ingås. Om identiteten kontrolleras elektroniskt, ska kreditgivaren använda en identifieringsmetod som uppfyller kraven i 8 § i lagen om stark autentisering och betrodda elektroniska tjänster.

Enligt förslaget ska 1 mom. för det första ändras så att skyldigheten att noggrant kontrollera identiteten hos den som ansöker om kredit utvidgas till att utöver ingående av kreditavtal också gälla situationer där beloppet av en engångskredit eller kreditgränsen vid fortlöpande krediter höjs.

För tydlighetens skull kan det konstateras att en höjning av kreditbeloppet eller kreditgränsen samtidigt kan innebära att ett nytt kreditavtal ingås, och således kan en höjning av kreditbeloppet eller kreditgränsen åtminstone i vissa fall redan nu omfattas av identifieringsskyldigheten. I fortsättningen har gränsdragningen dock inte längre någon betydelse med tanke på bestämmelsen om kontroll av identiteten, eftersom identifieringsskyldigheten ska gälla en höjning av kreditbeloppet eller kreditgränsen, oberoende av om en höjning av kreditbeloppet eller kreditgränsen kan tolkas som ingående av ett nytt kreditavtal eller inte.

Dessutom föreslås det att 1 mom. ändras så att identiteten ska kontrolleras i samband med ett konsumentkreditavtal eller i samband med en höjning av kreditbeloppet eller kreditgränsen, medan identiteten enligt vad som konstaterats ovan för närvarande ska kontrolleras innan kreditavtalet ingås.

Ändringen av ordalydelsen har särskild betydelse i de situationer där en kreditansökan för antingen ingående av ett nytt kreditavtal eller för höjning av kreditbeloppet eller kreditgränsen görs i konsumentens nätbank. I fortsättningen ska således konsumentens identitet kontrolleras på nytt på det sätt som förutsätts i bestämmelsen i samband med att ett konsumentkreditavtal ingås eller kreditbeloppet eller kreditgränsen höjs. Det räcker alltså inte att konsumenten har identifierats med hjälp av en stark autentiseringsmetod i det skede då konsumenten har loggat in i nätbanken. Ändringen innebär däremot inte heller att identiteten kan kontrolleras först t.ex. efter det att medlen redan har överförts till konsumenten, utan det väsentliga är att identifieringen görs i det skede då man genom identifieringen ännu kan avvärja eventuellt missbruk som kan följa av försummelse av identifieringsskyldigheten.

Dessutom föreslås det att momentet ändras så att det i stället för identifieringsverktyg som uppfyller kraven på stark autentisering enligt autentiseringslagen också ska vara möjligt att använda en identifieringsmetod som uppfyller kraven på stark kundautentisering enligt 8 § 24 punkten och 85 c § 4 mom. i betaltjänstlagen. Till denna del hänvisas det till det som sägs i motiveringen till 6 kap. 12 c § i lagförslag 1.

I gällande 7 kap. 15 § 2 mom. föreskrivs det om kravet på förenklad identifiering om kreditgivaren redan tidigare har kontrollerat konsumentens identitet på det sätt som avses i 1 mom. Momentet togs ursprungligen in i lagen i och med att ansökan om sms-lån annars skulle ha förhindrats helt och hållet till följd av att det inte ännu fanns mobilcertifikat och andra identifieringsmetoder som lämpar sig för ändamålet. För närvarande används mobilcertifikat, och dessutom beviljas veterligen inte längre sms-lån. Därför föreslås det att bestämmelsen upphävs.

Upphävandet av 2 mom. gör att det nuvarande 3 mom., som innehåller en informativ hänvisning till lagen om förhindrande av penningtvätt och av finansiering av terrorism, blir 2 mom.

I fråga om den allmänna dataskyddsförordningen hänvisas det till det som sägs ovan i motiveringen till 6 kap. 12 c § i lagförslaget.

**17 a §. Kreditkostnadernas maximibelopp.** Paragrafen motsvarar i övrigt den gällande lagen, men det föreslås att 1 mom. ändras så att räntetaket sänks från nuvarande 20 procent till 15 procent och att räntetaket för att beakta förändringar på penningmarknaden samtidigt binds till den referensränta som avses i 12 § i räntelagen. För närvarande är referensräntan 0 procent, så räntetaket är i dagens läge 15 procent.

För tydlighetens skull kan det konstateras att liksom för närvarande kan ränta tas ut endast på det kreditbelopp som har utnyttjats men som fortfarande är obetalt.

Eftersom syftet med ändringen är att sänka räntetaket jämfört med nuläget, föreslås det att bestämmelsen kompletteras så att räntan enligt avtalet dock inte får överstiga 20 procent. I praktiken kan detta ske utan något separat avtalsvillkor när den referensränta som avses i 12 § i räntelagen stiger till över 5 procent.

**50 §. Påföljder.** Det föreslås att 2 mom. kompletteras, eftersom 13 § 2 mom. 1 punkten underpunkt a–g som gäller god kreditgivningssed i 7 kap. och den nya 4 punkten i samma moment enligt förslaget ska omfattas av bestämmelserna om påföljdsavgift.

**51 §. Tillsynsmyndigheter.** I den gällande paragrafens 2 mom. föreskrivs det om tillsynsmyndigheternas skyldighet att samarbeta med varandra på lämpligt sätt. I momentet föreskrivs det också om Kommunikationsverkets (nuvarande Transport- och kommunikationsverket) skyldighet att på begäran till tillsynsmyndigheten ge ett utlåtande om huruvida den metod för elektronisk identitetskontroll som kreditgivaren använder uppfyller kraven i 8 § i lagen om stark autentisering och elektroniska signaturer. Det föreslås att momentet blir upphävt som obehövligt, eftersom varje myndighet redan enligt 10 § 1 mom. i förvaltningslagen (434/2003) inom ramen för sin behörighet och i den omfattning ärendet kräver på andra myndigheters begäran ska bistå dessa i skötsel av en förvaltningsuppgift, och även i övrigt sträva efter att främja samarbetet mellan myndigheterna. I sak innebär tillägget ingen förändring jämfört med nuläget.

## **6.2 Lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna**

**13 §. Påföljdsavgift för brott mot vissa bestämmelser i konsumentskyddslagen.** Det föreslås att 1 mom. 2 punkten kompletteras så att påföljdsavgift kan komma i fråga också när en näringsidkare bryter mot bestämmelserna i 6 kap. 12 b § i lagförslag 1 om visande av tillgängliga betalningssätt på nätet eller mot bestämmelserna i 12 c § i samma kapitel om kontroll av identiteten hos konsumenter och bevaring av uppgifterna om kontrollen.

Dessutom föreslås det att 4 punkten, där det räknas upp de bestämmelser i konsumentskyddslagens 7 kap. för vars överträdelse påföljdsavgift kan komma i fråga, kompletteras med de nya

bestämmelserna om god kreditgivningssed i 13 § 2 mom. 1 punkten underpunkterna a–g. För närvarande har det inte varit möjligt att påföra påföljdsavgift för brott mot 1 punkten om god kreditgivningssed på grund av bestämmelsens allmänna karaktär, men påföljdsavgift anses kunna påföras till den del det är fråga om marknadsföring som strider mot det förfarande enligt god kreditgivningssed som uttryckligen beskrivs i 13 § 2 mom. 1 punkten underpunkterna a–g. Dessutom föreslås det att möjligheten till påföljdsavgift kopplas till den nya 4 punkten i 2 mom. Bestämmelserna är med stöd av det föreslagna 7 kap. 13 § 3 mom. i konsumentskyddslagen tillämpliga också på kreditförmedlare, och påföljdsavgiften kan därmed också påföras kreditförmedlare.

### **6.3 Rättegångsbalken**

#### **5 kap Om väckande av talan och förberedelse i tvistemål**

**3 §.** I paragrafens 2 mom. föreskrivs det om de ytterligare uppgifter som ska uppges i stämningsansökan när fordran bygger på ett konsumentkreditavtal som omfattas av tillämpningsområdet för 7 kap. eller 7 a kap. i konsumentskyddslagen. Enligt förslaget ska det till momentet fogas en ny 7 punkt, enligt vilken det i stämningsansökan också ska uppges om det är fråga om en engångskredit eller en fortlöpande kredit. Tillägget anses behövligt eftersom 7 kap. 17 a § i lagförslag 1 till vissa delar också ska tillämpas på avtal om fortlöpande kredit som har ingåtts före lagens ikraftträdande. Uppgiften om huruvida det är fråga om en engångskredit eller en fortlöpande kredit underlättar tillämpningen av den föreslagna regleringen på tjänstens vägnar när det är fråga om ett avtal som ingåtts före ikraftträdandet av den föreslagna lagen. En definition av fortlöpande kredit finns i 7 kap. 7 § 1 punkten i konsumentskyddslagen och en definition av engångskredit i 2 punkten i samma paragraf.

Till följd av tillägget är det nödvändigt att göra en lagteknisk ändring i 6 punkten.

#### **7 Ikraftträdande**

Lagarna avses träda i kraft så snart som möjligt. Avsikten är emellertid att det ska lämnas en övergångsperiod på cirka ett halvt år mellan stadfästandet och ikraftträdandet av de föreslagna lagarna (lagförslag 1–3).

I fråga om räntetaket anses en övergångsperiod vara behövlig för att kreditgivarna ska ha tillräckligt med tid att ändra sina avtal så att de motsvarar kraven i den nya lagen och att informera konsumenterna om eventuella ränteändringar i enlighet med vad som förutsätts i 7 kap. 24 § 2 mom. i konsumentskyddslagen. För tydlighetens skull kan det konstateras att gäldenärens viljeförklaring inte ska behövas för att sänka räntan på en kredit, eftersom en sådan ändring av avtalet gynnar gäldenären.

Med en övergångsperiod för räntetaket säkerställs det också att kreditgivarna har en faktisk möjlighet att vid behov säga upp sådana krediter som de på grund av sänkningen av räntetaket inte vill hålla kvar. För ett avtal om fortlöpande kredit får enligt 7 kap. 30 § 2 mom. i konsumentskyddslagen en uppsägningstid som är kortare än två månader inte avtalas.

När det gäller bestämmelserna om presentation av tillgängliga betalningssätt på nätet och om kundidentifiering anses en övergångsperiod behövas eftersom näringsidkarna behöver tillräckligt med tid att ändra förfarandena för presentation av betalningssätt och kontroll av kundernas identitet. Bestämmelserna om god kreditgivningssed förutsätter inte nödvändigtvis en övergångsperiod på ett halvt år eftersom de förfaranden som nämns i de bestämmelserna redan nu

till många delar kan anses strida mot god kreditgivningssed, men särskilt med tanke på tillsynsmyndigheternas informationsuppgift är det tydligast om alla ändringar av bestämmelserna om marknadsföring träder i kraft samtidigt.

Bestämmelserna om kundkontroll (6 kap. 12 c § och 7 kap. 3 och 15 § i lagförslag 1) ska i huvudsak tillämpas endast på avtal som ingås efter lagens ikraftträdande. Enligt förslaget ska bestämmelserna i 7 kap. 3 och 15 § dock tillämpas också på kreditavtal som ingåtts före ikraftträdandet av lagen till den del kreditbeloppet eller kreditgränsen höjs efter ikraftträdandet. Om det då är fråga om att ingå ett nytt kreditavtal ska bestämmelserna givetvis ändå iakttas fullt ut.

Den nya räntetaksbestämmelse som föreslås (7 kap. 17 a § i lagförslag 1) ska i första hand tillämpas på avtal som ingås efter lagens ikraftträdande. Dessutom ska bestämmelsen tillämpas på avtal om fortlöpande kredit som ingåtts före ikraftträdandet av lagen, till den del krediten används efter ikraftträdandet. Detta innebär att det föreslagna räntetaket på 15 procent i fråga om nya utnyttjanden kommer att omfatta sådana avtal om fortlöpande kredit som ingåtts före den 1 september 2019 och som för närvarande i regel helt och hållet står utanför prisregleringen. Därtill omfattar det lägre räntetaket i fråga om nya utnyttjanden de avtal om fortlöpande kredit som ingåtts den 1 september 2019 eller därefter och på vilka det nuvarande räntetaket på 20 procent och ett separata tak för kreditkostnader tillämpas.

Om kreditgivaren eller kreditförmedlaren bryter mot bestämmelsen om räntetak, ska 7 kap. 17 a § 4 mom. i den föreslagna lagen tillämpas. Enligt det momentet är konsumenten då inte skyldig att betala kreditränta eller andra kreditkostnader över huvud taget.

Eftersom den föreslagna nya räntetaksbestämmelsen ska tillämpas också på sådana avtal om fortlöpande kredit som har ingåtts före lagens ikraftträdande till den del krediten används efter ikraftträdandet, behöver det i övergångsbestämmelsen tas ställning till till vilka delar krediträntan och andra kreditkostnader i sådana fall inte ska godkännas vid överträdelse av bestämmelsen. Det föreslagna 4 mom. ska i fråga om räntan då endast tillämpas på den ränta som tas ut för en kredit som har utnyttjats efter ikraftträdandet, och i fråga om andra kreditkostnader än de som tas ut som ränta ska momentet tillämpas på den del av kreditkostnaderna som hänför sig till tiden efter ikraftträdandet. När ett ärende behandlas i domstol kan domstolen behöva be käranden redogöra för till vilka delar de kreditkostnader som eventuellt ingår i stämningsansökan och som tas ut i annan form än som ränta hänför sig till tiden efter lagens ikraftträdande.

Om kreditgivaren eller kreditförmedlaren i stället för eller utöver det nu föreslagna räntetaket bryter mot den gällande bestämmelsen om räntetak eller mot det tak som gäller kreditkostnader som tas ut i annan form än som ränta, ska det gällande 7 kap. 17 a § 4 mom. tillämpas, förutsatt att den bestämmelsen tillämpas på avtalet i fråga.

Bestämmelsen i 5 kap. 3 § 2 mom. 7 punkten i rättegångsbalken (lagförslag 3) ska tillämpas endast på ärenden som blir anhängiga efter ikraftträdandet av lagen, och då endast i fråga om fordringar som bygger på ett konsumentkreditavtal som har ingåtts före ikraftträdandet av 7 kap. 17 a § i lagförslag 1. Om en fordran bygger på ett konsumentkreditavtal som ingås efter ikraftträdandet av lagen, är information om huruvida det är fråga om en engångskredit eller en fortlöpande kredit normalt inte av betydelse för avgörandet av ärendet. Därför föreslås bestämmelsen inte heller bli tillämpad i dessa fall.

## **8 Verkställighet och uppföljning**

När det gäller den skärpning av prisregleringen som föreslås i propositionen har det bedömts att förslaget inte har några betydande konsekvenser för konsumenternas möjligheter att få kredit.

Konsekvenserna behöver emellertid följas noggrant i synnerhet sedan när man har erfarenhet av att använda det positiva kreditupplysningsregistret. När registret tas i bruk 2024 kan det nämligen underlätta tillgången till kredit för åtminstone en del av de konsumenter vars tillgång till kredit annars kan försvåras till följd av det sänkta räntetaket.

Utöver den sedvanliga uppföljningen via konsekvensbedömningen är det särskilt viktigt att följa i vilken mån man genom de föreslagna åtstramningarna av marknadsföringen av krediter kan styra marknadsföringen i en mer behärskad och saklig riktning. Vid behov måste bestämmelserna skärpas ytterligare.

Vid sidan av konsekvenserna av de nu föreslagna ändringarna i bestämmelserna måste det fästas vikt vid i vilken mån den ökade inflationen och t.ex. de stigande elpriserna märks i form av ett större kreditbehov bland konsumenterna.

## **9 Förhållande till grundlagen samt lagstiftningsordning**

### *Regleringen av marknadsföringen av krediter och prisregleringen*

Den prisreglering som ingår i lagförslag 1 påverkar avtalsfriheten och avtalsförhållandenas beständighet. I grundlagen finns det inga uttryckliga bestämmelser om avtalsfrihet och avtalsförhållandens beständighet. Reglering av avtalsrätt hör enligt vedertagen praxis till vanlig lagstiftning (GrUU 26/2008 rd, s. 2, GrUU 3/1982 rd, s. 2). Avtalsfriheten får dock i viss utsträckning ett skydd genom generalklausulen om egendomsskydd (RP 309/1993 rd, s. 66, GrUU 15/2004 rd, s. 4, GrUU 33/1998 rd, s. 1), vilken har ansetts trygga också avtalsförhållandens beständighet i någon mån. Tanken bakom skyddet för förmögenhetsrättsliga rättshandlingars fortbestånd är att rättssubjekten har berättigade förväntningar på skydd i ekonomiska frågor (GrUU 42/2006 rd, s. 4, GrUU 21/2004 rd, s. 3, GrUU 33/2002 rd, s. 3).

De bestämmelser om marknadsföring av konsumentkrediter som ingår i lagförslag 1 är likaså av betydelse med tanke på skyddet för yttrandefriheten enligt 12 § i grundlagen. Grundlagsutskottet har brukat anse att skyddet för yttrandefriheten enligt 12 § i grundlagen i princip även täcker in reklam och marknadsföring, även om den typen av kommunikation enligt utskottets mening inte hör till yttrandefrihetens direkta kärnområde. Det går alltså att begränsa reklam och marknadsföring mer än vad som annars är möjligt. Å andra sidan bör också lagstiftning om reklam och marknadsföring uppfylla de allmänna villkoren för en lag som begränsar en grundläggande fri- eller rättighet (se t.ex. GrUU 18/2014 rd, s. 3/II, GrUU 6/2012 rd, s. 2/I, GrUU 3/2010 rd, s. 2/I och GrUU 54/2006 rd, s. 2/I).

Förslagen om såväl marknadsföring som prisreglering påverkar förutsättningarna för näringsverksamhet, och propositionen är således av betydelse också med tanke på näringsfriheten, som tryggas i 18 § 1 mom. i grundlagen.

Frågan om inskränkningarna är förenliga med grundlagen avgörs utifrån de allmänna kriterierna för inskränkningar i de grundläggande fri- och rättigheterna. Viktigt i detta avseende är om det finns sådana grunder för inskränkningarna som är godtagbara med tanke på systemet för de grundläggande fri- och rättigheterna som helhet, om inskränkningarna är påkallade av ett vägande samhälleligt behov och om det proportionalitetskrav som ställs på inskränkningar uppfylls, dvs. om inskränkningarna är nödvändiga för att målet ska nås och även i övrigt proportionerliga. Det har enligt grundlagsutskottet varit uppenbart att en inskränkning i de grundläggande fri- och rättigheterna inte kan vara relevant för sitt syfte och därmed nödvändig, om den

inte ens i princip kan nå upp till det godtagbara mål som den bygger på (se GrUU 40/2017 rd, s. 4, GrUU 55/2016 rd, s. 4–5 och GrUU 5/2009 rd, s. 2/II).

Grundlagsutskottet har funnit de rättsbestämmelser som trädde i kraft 2013 vara exakta (GrUU 28/2012 rd, s. 2). Den prisreglering som nu föreslås grundar sig på vissa numeriska värden och har en exakthet vars nivå överensstämmer med det som då föreskrevs. Också de föreslagna ändringarna i bestämmelserna om god kreditgivningssed innebär att bestämmelserna blir precisare och exaktare än tidigare. Propositionen kan således anses uppfylla de krav på exakthet och noggrann avgränsning som förutsätts av lagstiftning som begränsar de grundläggande fri- och rättigheterna.

Grundlagsutskottet har i sin tolkningspraxis för grundlagens 15 § ansett att försök att hindra djup skuldsättning och eliminera de negativa effekterna av den med hänsyn till de grundläggande fri- och rättigheterna är acceptabla grunder för att begränsa egendomsskyddet (GrUU 28/2012 rd, s. 2/II, GrUU 42/2006 rd, s. 4, GrUU 12/2002 rd, s. 2/II, GrUU 5/2002 rd, s. 2/II). Dessutom har utskottet i ett tidigare sammanhang ansett att det då aktuella förslaget var motiverat bl.a. av den anledningen att en livslång eller oskäligt utdragen utsökning i väsentlig grad kan hindra den som är föremål för utsökningen att leva ett människovärdigt liv (GrUU 12/2002 rd, s. 2/II). Grundlagsutskottet har ansett att försök att hindra djup skuldsättning och eliminera de negativa effekterna av den är acceptabla grunder för att begränsa också näringsfriheten (GrUU 28/2012 rd, s. 3/I).

Grundlagsutskottet har ansett folkhälsofrämjande och barnskyddsrelaterade skäl för att begränsa marknadsföringen godtagbara med tanke på de grundläggande fri- och rättigheterna (begränsning av televisions- och radioreklam för alkohol (GrUU 40/2013 rd) och begränsningar i marknadsföringen av penningspel (GrUU 15/2010 rd)). Dessutom har grundlagsutskottet i fråga om det partiella förbudet mot marknadsföring av mobiltelefonanslutningar per telefon konstaterat att det i sig kan ses som ett acceptabelt argument för meddelande av marknadsföringsförbud att man vill skydda konsumenterna för olika slag av problem med marknadsföring per telefon (GrUU 6/2012 rd).

De föreslagna bestämmelserna behövs för att dämpa och förebygga överskuldsättning bland konsumenterna, och konsekvenserna av bestämmelserna riktar sig särskilt till sådana konsumentgrupper vars problem med överskuldsättning är mer tillspetsade än bland konsumenterna i genomsnitt och som är särskilt utsatta för otillbörlig marknadsföring. Exempelvis unga vuxna och personer med spelproblem har identifierats som sådana konsumentgrupper.

Den permanenta prisregleringsreformens syfte att göra prissättningen av konsumentkrediter skäligare verkar enligt en preliminär bedömning som baserar sig på en granskning av summariska tvistemål ha nåtts, men givetvis endast i fråga om de krediter som omfattas av reformen. Även om antalet summariska tvistemål som förts till tingsrätterna efter prisregleringen 2019 i enlighet med vad som sagts ovan har minskat, är samtidigt de allra dyraste krediterna fortfarande klart överrepresenterade i statistiken över domar i fordringsmål. Siffrorna tyder på att krediter fortfarande beviljas konsumenterna med exceptionellt hög kreditrisk. Eftersom sådana ändringar i regleringen som ingriper i näringsverksamheten i mindre utsträckning än vad som nu föreslås alltså ännu inte i tillräcklig grad har lett till det eftersträvade resultatet, är en mer långtgående begränsning nödvändig för att minska de negativa och långtgående konsekvenser som överskuldsättning har för enskilda konsumenterna. Det finns således samhälleligt vägande och godtagbara grunder för en reform, och en sådan är också nödvändig för att minska de skuldproblem som konsumentkrediter orsakar.

Det föreslagna räntetaket ska inte alls tillämpas på kreditutnyttjanden som skett före lagens ikraftträdande, men det ska också tillämpas på avtal om fortlöpande kredit som ingåtts före lagens ikraftträdande till den del krediten utnyttjas efter lagens ikraftträdande. Regleringen in- verkar alltså till vissa delar också på existerande avtal. Grundlagsutskottet ansåg, när det be- dömde den prisreglering som trädde i kraft 2013, det anmärkningsvärt med tanke på propo- tionaliteten i den begränsning av avtalsfriheten som räntetaket innebär att den föreslagna regle- ringen inte hade retroaktiva verkningar. Förbudet mot retroaktiva ingrepp i avtalsförhållanden är emellertid inte absolut i grundlagsutskottets praxis (GrUU 42/2006 rd, s. 4, GrUU 63/2002 rd, s. 2, GrUU 37/1998 rd, s. 2, GrUU 34/1998 rd, s. 2, GrUU 33/1998 rd, s. 2). I utskottets praxis har skyddet för berättigade förväntningar ansetts omfatta rätten att lita på att lagstift- ningen om de rättigheter och skyldigheter som är viktiga för avtalsförhållandet består och att denna typ av frågor inte kan regleras på ett sätt som i oskäligt hög grad försämrar parternas rättsliga ställning (GrUU 42/2006 rd, s. 4, GrUU 21/2004 rd, s. 3).

I de avtal som ligger bakom fordringsmål som gäller krediter som beviljats före reformen 2019 är den effektiva räntan klart högre än i de avtal som hänför sig till krediter som beviljats efter reformen. Om prisregleringen tillämpas endast på avtal som ingås efter lagens ikraftträdande, kan man genom regleringen inte nå målen att underlätta konsumenternas ställning, eftersom bestämmelser med mycket varierande innehåll då tillämpas på kreditavtal som ingåtts vid olika tidpunkter. Dessutom är det sannolikt att gäldenärerna i fråga om de fortlöpande krediter som beviljades före reformen 2019 och fortfarande är i kraft främst är konsumenter vars risk att råka i betalningssvårigheter är avsevärt mycket större än för konsumenter i genomsnitt, eftersom dessa gäldenärer inte har ersatt eller kunnat ersätta de krediter som de beviljades före reformen med krediter som är förenliga med den gällande prisregleringen och har förmånligare maximi- kostnader. Den delvis retroaktiva tillämpning av prisregleringen som föreslås är således moti- verad med tanke på förebyggandet av förvärrade skuldproblem och en jämlik behandling av gäldenärerna. Grundlagsutskottet har i sin praxis lagt vikt vid de konsekvenser som retroaktiv lagstiftning har för jämlikheten enligt 6 § i grundlagen (GrUU 33/2002 rd, s. 3/I, GrUU 63/2002 rd, s. 3/I).

Med tanke på prisregleringen är det också beaktansvärt att den i enlighet med vad som konsta- terats ovan inte alls ingriper i krediter som utnyttjats före lagens ikraftträdande. Utöver detta är det av betydelse att kreditgivaren ska ha rätt att säga upp krediten eller, beroende på situationen, möjlighet att dra in konsumentens rätt att använda en fortlöpande kredit. Utnyttjandet av denna möjlighet har också beaktats genom förslaget om en övergångsperiod på sex månader. Vid be- dömningen av prisregleringens proportionalitet bör det också noteras att även om pristaket gäl- ler så gott som alla krediter som omfattas av 7 kap. i konsumentskyddslagen, inverkar regle- ringen i själva verket endast på de krediter som har de allra högsta räntorna och som skuldpro- blemen i typiska fall framför allt hänför sig till. Med tanke på proportionaliteten vid begränsning av marknadsföringen är det av betydelse att de krediter som regleringen gäller fortfarande kan marknadsföras, så länge det sker i enlighet med god kreditgivningssed. Dessutom motsvarar bestämmelserna till många delar tolkningen av den gällande bestämmelsen om god kreditgiv- ningssed och utgör snarast en precisering av regleringen.

I enlighet med grundlagsutskottets ståndpunkt i samband med den prisreglering som trädde i kraft 2013 kan det ytterligare anses vara av betydelse att man kan kräva att de som bjuder ut krediter ska vara beredda på stora ändringar i lagstiftningen, om hög skuldsättning till följd av deras verksamhet fått stor synlighet under en lång räkka av år (GrUU 28/2012 rd, s. 3/II). De problem som hänför sig till konsumentkrediter har varit kända redan flera år, och krediterna har utgjort ett särskilt prioriterat område hos tillsynsmyndigheterna redan länge. Detta kan också anses vara av väsentlig betydelse vid en bedömning av i vilken omfattning de förväntningar som de näringsidkare regleringen gäller har på förutsättningarna för marknadsföring och avtalens



beständighet kan anses berättigade och i vilken omfattning ingrepp i dem kan anses godtagbara. Det är fråga om att skydda konsumenten i avtalsförhållanden som omfattas av regleringens tillämpningsområde. Utskottet har brukat fästa vikt vid reglering som skyddar konsumentens ställning (GrUU 63/2002 rd, GrUU 33/1998 rd).

#### *Utvidgningen av skyldigheten att kontrollera identiteten*

Skyldigheten att kontrollera identiteten och skyldigheten att bevara uppgifterna om kontrollen handlar om behandling av personuppgifter, och propositionen hänför sig således också till skyddet för personuppgifter och privatlivet enligt 10 § i grundlagen. Propositionen leder till en mer tillförlitlig kontroll av identiteten och till minskat missbruk.

Det ska finnas en rättslig grund för behandlingen av personuppgifter. Bestämmelser om den rättsliga grunden för behandling av personuppgifter finns i artikel 6 i den allmänna dataskyddsförordningen. Den artikeln är direkt tillämplig lagstiftning, med undantag för led c och e.

Den allmänna dataskyddsförordningen är en direkt tillämplig rättsakt i EU:s medlemsstater. Nationell lagstiftning som preciserar den är möjlig endast i de fall då förordningen uttryckligen ger medlemsstaterna nationellt handlingsutrymme. Det nationella handlingsutrymmet förpliktar inte, med vissa undantag, medlemsstaterna att utfärda nationell lagstiftning som kompletterar eller preciserar förordningen, utan det har överlåtits åt den nationella lagstiftaren att fatta beslut i frågan. Med tanke på att den allmänna dataskyddsförordningen är en direkt tillämplig rättsakt bör det nationella handlingsutrymmet utnyttjas i begränsad omfattning. Grundlagsutskottet har tagit uttrycklig ställning i frågan och konstaterat att skyddet för personuppgifter härfter i första hand bör tillgodoses med stöd av den allmänna dataskyddsförordningen och den nya nationella allmänna lagstiftningen, och att vi bör förhålla oss restriktiva när det gäller att införa nationell speciallagstiftning (se GrUU 14/2018 rd, s.4–5 och GrUU 26/2018 rd, s. 2–3). Grundlagsutskottet har vidare ansett att de detaljerade bestämmelserna i förordningen också gör det möjligt att i fråga om myndighetsverksamhet lagstifta betydligt mer generellt om skydd för och behandling av personuppgifter jämfört med vår tidigare regleringsmodell (se GrUU 14/2018 rd, s. 4).

Enligt grundlagsutskottets etablerade utlåtandep Praxis finns det i regeringens propositioner anledning att särskilt i fråga om bestämmelser som är av betydelse med hänsyn till de grundläggande fri- och rättigheterna tydligt klargöra ramarna för det nationella handlingsutrymmet (GrUU 26/2017 rd, s. 42, GrUU 2/2017 rd, s. 2 och GrUU 44/2016 rd, s. 4). Lagstiftaren ska visa vilken artikel i den allmänna dataskyddsförordningen de särskilda bestämmelserna om behandling av personuppgifter grundar sig på. Det nationella handlingsutrymmet baserar sig till centrala delar på artikel 6.1 c i förordningen, dvs. situationer där behandlingen av personuppgifter grundar sig på den personuppgiftsansvariges rättsliga förpliktelse. När behandlingen av personuppgifter grundar sig på artikel 6.1 c får medlemsstaterna utnyttja det handlingsutrymme som avses i artikel 6.2 och 6.3 och utfärda bestämmelser som preciserar förordningen. De nationella bestämmelserna kan bl.a. gälla förutsättningarna för att behandlingen ska vara lagenlig, den typ av uppgifter som ska behandlas, utlämnande av uppgifter, ändamålsbegränsningar och förfaranden för behandling. Sådana särskilda bestämmelser ska uppfylla ett mål av allmänt intresse och vara proportionella mot det legitima mål som eftersträvas. Med beaktande av den allmänna dataskyddsförordningens direkta tillämplighet och grundlagsutskottets tolkningspraxis under senare tid när det gäller bestämmelser i lag (se särskilt GrUU 14/2018 rd) bör användningen av speciallagstiftning begränsas enbart till det som är nödvändigt.

Enligt lagförslag 1 ska en näringsidkare som erbjuder konsumenten betalningsanstånd vid hemförsäljning eller distansförsäljning vara skyldig att bevara de uppgifter som använts vid kontrollen av konsumentens identitet i fem år från det att fordran i sin helhet förfallit till betalning och åtminstone till dess att eventuell oenighet kring fordran har avgjorts. Enligt artikel 5.1 e i den allmänna dataskyddsförordningen får personuppgifter inte förvaras i en form som möjliggör identifiering av den registrerade under en längre tid än vad som är nödvändigt för de ändamål för vilka personuppgifterna behandlas. Enligt skäl 39 till förordningen bör personuppgifterna vara adekvata, relevanta och begränsade till vad som är nödvändigt för de ändamål som de behandlas för. Detta kräver i synnerhet att det ses till att den period under vilken personuppgifterna lagras är begränsad till ett strikt minimum.

Vid bedömningen av behovet av bestämmelser om bevaringstider för personuppgifter ska grundlagsutskottets utlåtanedpraxis efter den allmänna dataskyddsförordningens ikraftträdande beaktas. Enligt grundlagsutskottet är varaktig lagring av uppgifter inte förenlig med skyddet för personuppgifter om det inte är befogat av skäl som är kopplade till informationssystemets art eller syfte (se GrUU 31/2017 rd). Utskottet har ansett att en bevaringstid på fem år för känsliga uppgifter är lång (GrUU 13/2017 rd) och betonat att ju längre bevaringstiden blir, desto viktigare är det att sörja för informationssäkerheten, övervakningen av användningen av uppgifterna och den registrerades rättsskydd (GrUU 28/2016 rd). I motiveringen till propositionerna ska den allmänna dataskyddsförordningen, det nationella handlingsutrymme som förordningen tillåter och grundlagsutskottets utlåtanedpraxis beaktas och bedömas i förhållande till de föreslagna bestämmelserna om bevaringstider. Det behöver beaktas om det är fråga om känsliga personuppgifter eller annars om behandling som kan innebära en stor risk för en persons rättigheter och friheter. Bevaringstiden bör särskilt för känsliga personuppgifter begränsas till vad som är nödvändigt med avseende på syftet med bevarandet (GrUU 51/2018 rd).

Den föreslagna bevaringstiden för kontrolluppgifter som använts vid hemförsäljning och distansförsäljning motsvarar den bevaringstid för kontrolluppgifter i fråga om kreditsökande konsumenter som föreskrivs i 7 kap. 16 § i den gällande konsumentskyddslagen, som visserligen härstammar från tiden före den allmänna dataskyddsförordningen. En viktig anledning till den föreslagna bevaringstiden på fem år är att de uppgifter som använts vid kontrollen av identiteten samtidigt kan behöva bevaras för att den skyldighet att bevara uppgifter som anges i penningtvättslagstiftningen ska fullgöras, och då är det med tanke på bestämmelsernas tydlighet motiverat med en lika lång bevaringstid som enligt bestämmelserna om penningtvätt.

#### *Utvidgningen av användningsområdet för påföljdsavgifter*

Enligt lagförslag 2 ska användningsområdet för påföljdsavgifter utvidgas så att en påföljdsavgift som redan för närvarande anges i lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna också kan komma i fråga för brott mot de nya bestämmelser som nu föreslås.

Enligt grundlagsutskottets hävdvunna tolkning är påföljdsavgifter administrativa påföljder av sanktionskaraktär för en lagstridig gärning eller försummelse. Grundlagsutskottet har i sak jämställt administrativa påföljder av straffkaraktär med straffrättsliga påföljder (t.ex. GrUU 9/2018 rd, s. 2, GrUU 61/2014 rd, GrUU 28/2014 rd, GrUU 14/2013 rd och GrUU 32/2005 rd). Utskottet har i sin praxis ansett att även om kravet på exakthet enligt den straffrättsliga legalitetsprincipen i grundlagens 8 § inte direkt gäller administrativa påföljder kan det allmänna kravet på exakthet ändå inte förbigås i ett sammanhang som detta (GrUU 9/2018 rd, s. 3, GrUU 39/2017 rd, s. 3, GrUU 2/2017 rd, s. 5, GrUU 15/2016 rd, s. 5, GrUU 10/2016, s. 7 och GrUU 57/2010 rd, s. 2/II).

Med beaktande av 2 § 3 mom. i grundlagen ska det föreskrivas tillräckligt exakt i lag om påförande av en administrativ sanktion och om grunderna för dess belopp samt om rättsskyddet för den som blir föremål för påföljden. Enligt grundlagsutskottets etablerade praxis ska det av en lag uttryckligen framgå vilka gärningar i strid med lagstiftningen eller vilka försummelser av lagstiftningen som kan leda till en sanktion som påföljd. De gärningar och försummelser som kan leda till sanktioner ska dessutom beskrivas i lag för att kunna slås fast (GrUU 60/2010 rd, GrUU 57/2010 rd, GrUU 11/2009 rd och GrUU 12/2006 rd). När bestämmelser om sanktioner införs ska det fästas särskild vikt vid avgränsningen av bestämmelserna och vid rättsskyddet för dem som sanktionerna gäller (GrUU 49/2017 rd). Enligt grundlagsutskottets etablerade praxis ska administrativa påföljder av sanktionskaraktär även uppfylla proportionalitetskraven (t.ex. GrUU 39/2017 rd, s. 3, GrUU 2/2017 rd, s. 5, GrUU 15/2016 rd, s. 5 och GrUU 28/2014 rd, s. 2/II).

Grundlagsutskottet har ansett att administrativa påföljdsavgifter är ekonomiska påföljder av straffkaraktär som i sak kan jämföras med straffrättsliga påföljder (GrUU 46/2021 rd, s. 4). Även om kravet på exakthet enligt den straffrättsliga legalitetsprincipen, som framgår av grundlagens 8 §, inte direkt gäller administrativa påföljder kan det allmänna kravet på exakthet ändå inte åsidosättas i ett sådant sammanhang. Utifrån detta har grundlagsutskottet ansett att en sammankoppling av systemet med påföljdsavgift med begränsningar av marknadsföringen framhåller kravet på att regleringen ska vara exakt.

I lagförslaget specificeras en näringsidkares förfaranden som strider mot konsumentskyddsbestämmelserna och på grund av vilka påföljdsavgift ska påföras. Till följd av kravet på proportionalitet, nödvändighet och godtagbarhet har ett viktigt kriterium för valet av vilka bestämmelser som enligt förslaget ska omfattas av bestämmelserna om påföljdsavgift varit hur väsentlig regleringen i fråga kan anses vara ur konsumentskyddssynvinkel. Påförandet av påföljdsavgift har i dessa situationer noggrant avgränsats till vissa i lagen angivna situationer. Bestämmelser om omständigheter som ska beaktas när påföljdsavgift påförs, och när avgiftens storlek bestäms, och om att avstå från att påföra påföljdsavgift finns i den gällande lagen om vissa befogenheter för konsumentmyndigheterna. Att i propositionen föreslagna förfaranden som strider mot konsumentskyddslagen börjar omfattas av bestämmelserna om påföljdsavgift kan anses vara proportionerligt med beaktande av det skydd för konsumenterna som eftersträvas med bestämmelserna om påföljdsavgift samt de rättsmedel som redan nu i lagen föreskrivs för den som är föremål för sanktioner.

Att utvidga användningsområdet för påföljdsavgifter i enlighet med förslaget anses vara nödvändigt också för att säkerställa bestämmelsernas effektivitet, eftersom den avskräckande effekten och andra konsekvenser av förbud som enbart riktar sig mot framtiden, framför allt i fråga om bestämmelserna om marknadsföring, kan vara ringa till följd av att marknadsföringskampanjen eventuellt är kort och nyttan av en överträdelse av bestämmelserna redan har hunnit uppnås innan förbudet meddelas. När det gäller kravet på exakthet och noggrann avgränsning av bestämmelserna kan det konstateras att de uttryck som används i de bestämmelser som hänförs sig till möjligheten att påföra påföljdsavgift är begripliga för näringsidkarna och att uttrycken preciseras i motiveringen till bestämmelserna för att förutsägbarheten ska vara tillräcklig. Det bör noteras att även om de föreslagna bestämmelserna precis som de gällande gör det möjligt att anse att också andra förfaranden än de som beskrivs särskilt i bestämmelserna strider mot god kreditgivningssed kan påföljdsavgift emellertid inte påföras till dessa delar, utan avgiften ska endast gälla sådan marknadsföring som strider mot god kreditgivningssed och vars innehåll har preciserats i bestämmelserna.

I den föreslagna regleringen ingår en bestämmelse om betaltjänstleverantörers, kreditgivares och andra näringsidkares solidariska ansvar när betalningssätten presenteras. Påföljdsavgift ska

också kunna påföras andra aktörer än näringsidkare som är avtalsparter till konsumenter. Ansvaret för att bestämmelsen följs ska emellertid påföras en annan näringsidkare än konsumentens avtalspart endast till den del den andra näringsidkaren har faktiska möjligheter att påverka hur betalningssätten presenteras.

Av de skäl som anförts ovan uppfyller lagförslagen de krav som grundlagen ställer, och lagarna kan stiftas i vanlig lagstiftningsordning.

*Kläm*

Med stöd av vad som anförts ovan föreläggs riksdagen följande lagförslag:

1.

## Lag

### om ändring av konsumentkyddslagen

I enlighet med riksdagens beslut  
*upphävs* i konsumentkyddslagen (38/1978) 7 kap. 51 § 2 mom., sådant det lyder i lag 851/2016,  
*ändras* 6 kap. 4 § 1 mom. och 25 § 2 mom., 7 kap. 3, 13, 15 och 17 a § samt 50 § 2 mom., sådana de lyder, 6 kap. 4 § 1 mom. och 25 § 2 mom. i lag 693/2022, 7 kap. 3 § i lagarna 746/2010, 207/2013, 851/2016 och 596/2019, 13 § i lagarna 207/2013 och 851/2016, 15 § i lagarna 746/2010, 457/2017 och 899/2017, 17 a § i lag 596/2019 och 50 § 2 mom. i lag 572/2020, samt  
*fogas* till 6 kap. nya 12 b och 12 c § som följer:

6 kap.

#### Hemförsäljning och distansförsäljning

4 §

##### *Tillämpning av bestämmelserna på vissa tjänster*

På avtal som gäller passagerartransporttjänster och på sådana paketresor som avses i lagen om kombinerade resetjänster tillämpas endast 12 § 2 och 3 mom. samt 12 a–12 c och 25 §.

---

12 b §

##### *Presentation av tillgängliga betalningssätt på nätet*

När en konsument köper nyttigheter på nätet ska näringsidkaren i samband med slutande av avtal presentera de tillgängliga betalningssätten i följande ordning:

- 1) betalningssätt som inte innefattar en möjlighet att ansöka om eller använda kredit eller att få annat betalningsansånd,
- 2) betalningssätt som kan innefatta en möjlighet att ansöka om eller använda kredit eller att få annat betalningsansånd,
- 3) betalningssätt som innebär ansökan om eller användning av kredit eller annat betalningsansånd.

Näringsidkare får inte vid presentationen av alternativa betalningssätt använda något betalningssätt som standardval.

Vad som i denna paragraf föreskrivs om näringsidkare tillämpas också på betaltjänstleverantörer, kreditgivare och andra näringsidkare till den del de har kunnat påverka hur betalningssätten presenteras.

## 12 c §

### *Kontroll av identiteten hos konsumenter och bevarande av uppgifterna om kontrollen i vissa fall*

Om konsumenten vid köp av nyttigheter på nätet väljer ett betalningssätt som innebär betalningsanstånd, ska den näringsidkare som tillhandahåller betalningssättet i fråga kontrollera konsumentens identitet i samband med godkännandet av betalningssättet med hjälp av en identifieringsmetod som uppfyller kraven på system för elektronisk identifiering enligt 8 § i lagen om stark autentisering och betrodda elektroniska tjänster (617/2009) eller kraven på stark kundautentisering enligt 8 § 24 punkten och 85 c § 4 mom. i betaltjänstlagen (290/2010).

Om inget annat följer av lagen om förhindrande av penningtvätt och av finansiering av terrorism (444/2017) ska den näringsidkare som avses i 1 mom. bevara de uppgifter som utgjort grund för kontrollen av konsumentens identitet i fem år från det att fordran i dess helhet förfallit till betalning. Om oenighet uppstår kring ett avtal eller en betalning ska kontrolluppgifterna dock bevaras till dess parterna har kommit överens om saken eller ärendet har avgjorts.

Vad som föreskrivs i denna paragraf tillämpas dock inte om

- 1) 7 eller 7 a kap. eller betaltjänstlagen tillämpas på det betalningssätt som konsumenten valt,
- 2) konsumenten enligt avtalet betalar köpesumman i samband med att varan överläts,
- 3) en avtalsenlig tjänst utförs på annat sätt än med ett medel för distanskommunikation och betalningsanståndet erbjuds av tjänsteleverantören, eller
- 4) det är fråga om förvärv av en nyttighet vid telefonförsäljning.

## 25 §

### *Påföljderna vid brott mot bestämmelserna i kapitlet*

---

Bestämmelser om påföljdsavgift som påförs för brott mot 9 § och de bestämmelser som utfärdats med stöd av 9 § och mot 9 a, 10–12, 12 a–12 c och 13 §, 14 § 1 och 2 mom., 17 § 2–4 mom. och 17 a § 1–3 mom. finns i lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna.

## 7 kap.

### **Konsumentkrediter**

## 3 §

### *Begränsningar i fråga om tillämpningen i vissa andra fall*

Bestämmelserna i 9–11 §, 13 § 2 mom. 5 punkten samt 14 och 17 § tillämpas inte på konsumentkrediter där kredittiden är högst tre månader, där ingen ränta tas ut och där de övriga kreditkostnaderna omräknade till effektiv ränta inte överstiger det räntebelopp som avses i 4 § 1 mom. i räntelagen. På fortlöpande krediter tillämpas dock 14 och 17 §.

Bestämmelserna i 18 och 39 § tillämpas endast på nyttighetsbundna krediter och 36–38 § endast på sådan nyttighetsbunden kredit som lämnas för köp av en vara.

Bestämmelserna i 17 a § tillämpas inte på avbetalningsköp där föremål för köpet är ett trafikmedel som ska registreras i det trafik- och transportregister som avses i lagen om transportservice (320/2017), jämte eventuell tilläggsutrustning. Om konsumenten på grundval av avtalet också har rätt att ta ut penningmedel, ska paragrafen ändå tillämpas.

*God kreditgivnings sed*

Kreditgivaren ska handla ansvarsfullt vid kreditgivningen.

Det förutsätts särskilt att kreditgivaren

- 1) vid marknadsföringen av en kredit inte
    - a) förringar allvaret i eller betydelsen av kredittagningen,
    - b) ger intryck av att kredittagning löser konsumentens ekonomiska problem eller minskar problemen eller andra negativa effekter som problemen ger upphov till,
    - c) för fram att krediten är förmånligare än konsumentens befintliga krediter, om påståendet är osant eller vilseledande, eller om påståendet inte på annat sätt kan styrkas,
    - d) hävdar att kredittagningen främjar konsumentens sociala framgång eller den sociala acceptansen av konsumenten,
    - e) påminner konsumenten om en utnyttjad kredit, utom när konsumenten ansöker om en ny kredit hos kreditgivaren,
    - f) kopplar användningen av krediten till speltjänster eller riktar marknadsföringen till konsumenter som kan antas använda krediten till speltjänster,
    - g) riktar marknadsföringen till konsumenter som har en anteckning om betalningsstörning eller som annars kan antas ha svårigheter att fullgöra sina skyldigheter enligt kreditavtalet på behörigt sätt,
    - h) på något annat än i underpunkterna a–g avsett sätt handlar så att marknadsföringen tydligt bidrar till att försämra konsumentens förmåga att noggrant överväga att ta eller använda krediten,
  - 2) inte använder kreditgivningen som ett huvudsakligt argument vid marknadsföringen av andra konsumtionsnyttigheter,
  - 3) inte använder sms-tjänster eller andra motsvarande kommunikationstjänster mot extra avgift vid marknadsföring eller beviljande av kredit eller vid annan kommunikation i anslutning till kreditförhållandet,
  - 4) inte gör reklam för krediten med sådana villkor att kreditkostnaderna vid engångskrediter kan överstiga kapitalbeloppet eller vid fortlöpande krediter det kreditbelopp som konsumenten vid respektive tidpunkt har utnyttjat,
  - 5) ger konsumenten en sådan tillräcklig och klar utredning innan kreditavtalet tecknas som gör det möjligt för konsumenten att bedöma om krediten och de kompletterande tjänster som eventuellt erbjuds lämpar sig för hans eller hennes behov och ekonomiska situation, samt uppgift om huruvida konsumenten kan säga upp ett avtal om kompletterande tjänster separat och vilka påföljder en uppsägning har för honom eller henne,
  - 6) i händelse av försenad betalning ger konsumenten information och råd för att förhindra att betalningssvårigheter uppstår eller förvärras och informerar om hur situationer med betalningsoförmåga kan skötas samt att kreditgivaren förhåller sig ansvarsfullt till betalningsarrangemang.
- Bestämmelserna i 1 mom. och 2 mom. 1–5 punkten tillämpas också på kreditförmedlare. Bestämmelsen i 2 mom. 5 punkten gäller dock inte en sådan säljare eller tjänsteleverantör som arbetar som kreditförmedlare vid sidan av sin huvudsyssla.
- Ersättningssystemen för kreditgivarnas och kreditförmedlarnas personal får inte vara sådana att de hindrar personalen från att iaktta vad som föreskrivs i 1 och 2 mom. vid kreditgivning, kreditförmedling eller tillhandahållande av rådgivningstjänster.

## 15 §

### *Kontroll av kreditsökandens identitet*

I samband med att ett avtal om konsumentkredit ingås och i samband med att kreditbeloppet eller kreditgränsen höjs ska kreditgivaren noggrant kontrollera den sökandes identitet. Om identiteten kontrolleras elektroniskt, ska kreditgivaren använda en identifieringsmetod som uppfyller kraven i 8 § i lagen om stark autentisering och betrodda elektroniska tjänster eller kraven på stark kundautentisering i 8 § 24 punkten och 85 c § 4 mom. i betaltjänstlagen.

Bestämmelser om kundkontroll finns dessutom i lagen om förhindrande av penningtvätt och av finansiering av terrorism.

## 17 a §

### *Kreditkostnadernas maximibelopp*

Räntan på den kredit som konsumenten utnyttjar får inte avtalas vara högre än referensräntan enligt 12 § i räntelagen förhöjd med 15 procentenheter. Inte heller då får räntan på krediten enligt avtalet överstiga 20 procent.

Om konsumenten enligt avtalet ska betala andra än i 1 mom. avsedda kreditkostnader, får beloppet av dem per dag inte överstiga 0,01 procent av det kreditbelopp eller den kreditgräns som anges i kreditavtalet under kreditavtalets giltighetstid.

Trots vad som föreskrivs i 2 mom. får det avtalas om ett maximibelopp på 5 euro för andra kreditkostnader, under förutsättning att kredittiden enligt avtalet omfattar minst 30 dagar. De kostnader som konsumenten ska betala enligt 2 mom. får inte överstiga 150 euro per år, och kreditkostnader får inte tas ut hos konsumenten i förväg för en längre tid än ett år.

Om kreditgivaren eller kreditförmedlaren bryter mot bestämmelserna i denna paragraf, är konsumenten inte skyldig att betala kreditränta eller andra kreditkostnader.

Vad som föreskrivs i 2–4 mom. gäller inte försäkringsavgifter som betraktas som kreditkostnader, om syftet med försäkringen är att trygga värdet på säkerheten för krediten.

Om en konsument betalar tillbaka en kredit i förtid, tillämpas trots 2 och 3 mom. vad som föreskrivs i 27 och 28 §. Om förfallodagen för krediten tidigareläggs, tillämpas trots 2 och 3 mom. vad som föreskrivs i 35 §.

## 50 §

### *Påföljder*

---

Bestämmelserna om påföljdsavgift som påförs för brott mot 8 och 9 § och de bestämmelser som utfärdats med stöd av 9 § 2 mom., mot 10 § och de bestämmelser som utfärdats med stöd av den paragrafen, mot 13 § 2 mom. 1 punkten, underpunkterna a–g samt 3 och 4 punkten i samma moment, mot 13 a, 14–16 och 16 a §, mot 17 § och de bestämmelser som utfärdats med stöd av 17 § 3 mom. samt mot 17 a, 17 b och 19 §, 20 § 1 mom., 24 §, 39 § 1 mom. och 48 § finns i lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna.

Denna lag träder i kraft den 20 .

Bestämmelserna i 6 kap. 12 c § i denna lag tillämpas inte på avtal som ingåtts före ikraftträdandet av lagen.

Bestämmelserna i 7 kap. 3 och 15 § i denna lag tillämpas på avtal som ingåtts före ikraftträdandet av denna lag endast till den del det är fråga om en höjning av kreditbeloppet eller kreditgränsen som görs efter ikraftträdandet.



På avtal om engångskredit som ingåtts före ikraftträdandet av denna lag tillämpas i stället för 7 kap. 17 a § i denna lag de bestämmelser som gällde vid tidpunkten för ingående av avtalet. På avtal om fortlöpande kredit som ingåtts före ikraftträdandet av denna lag tillämpas i stället för 7 kap. 17 a § 2, 3 och 6 mom. i denna lag de bestämmelser som gällde vid tidpunkten för ingående av avtalet.

På avtal om fortlöpande kredit som ingåtts före ikraftträdandet av denna lag tillämpas inte 7 kap. 17 a § 1 mom. i denna lag till den del krediten har använts före ikraftträdandet.

Om det är fråga om ett avtal om fortlöpande kredit som har ingåtts före ikraftträdandet av denna lag och kreditgivaren eller kreditförmedlaren bryter mot 7 kap. 17 a § 1 mom. i denna lag, ska 7 kap. 17 a § 4 mom. tillämpas i fråga om ränta endast på den ränta som tas ut för en kredit som har lyfts efter ikraftträdandet och i fråga om kreditkostnader endast på den del av kreditkostnaderna som hänför sig till tiden efter ikraftträdandet.

---

## 2.

### Lag

#### om ändring av 13 § i lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna

I enlighet med riksdagens beslut  
*ändras* i lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna (566/2020) 13 § 1 mom. 2 och 4 punkten, av dem 13 § 1 mom. 2 punkten sådan den lyder i lag 694/2022, som följer:

#### 13 §

##### *Påföljdsavgift för brott mot vissa bestämmelser i konsumentskyddslagen*

Påföljdsavgift kan påföras en näringsidkare som till konsumenternas nackdel uppsåtligt eller av oaktsamhet bryter mot eller åsidosätter följande bestämmelser, skyldigheter eller förbud i konsumentskyddslagen (38/1978):

2) bestämmelserna i 6 kap. 11 § om lämnande av förhandsinformation vid hemförsäljning, bestämmelserna i 6 kap. 12 § om lämnande av förhandsinformation vid distansförsäljning, bestämmelserna i 6 kap. 12 a § om skriftligt bekräftelseförfarande vid telefonförsäljning, bestämmelserna i 6 kap. 12 b § om presentation av tillgängliga betalningssätt på nätet, bestämmelserna i 6 kap. 12 c § om kontroll av identiteten hos konsumenter och bevarande av uppgifterna om kontrollen, bestämmelserna i 6 kap. 13 § om bekräftelse av information, de skyldigheter enligt 6 kap. 17 § 2–4 mom. som hänför sig till återställande av prestationer eller de skyldigheter enligt 6 kap. 17 a § 1–3 mom. som hänför sig till konsumentens frånträde av ett avtal om digitalt innehåll eller digitala tjänster,

4) bestämmelserna i 7 kap. 13 § 2 mom. 1 punkten underpunkterna a–g om ett förfarande förenligt med god kreditgivningssed vid marknadsföring av en kredit, förbudet enligt 7 kap. 13 § 2 mom. 3 punkten mot att använda sms-tjänster eller andra motsvarande kommunikationstjänster mot extra avgift eller förbudet enligt 7 kap. 13 § 2 mom. 4 punkten att göra reklam för krediten i enlighet med de villkor som anges i den punkten, bestämmelsen i 7 kap. 13 a § om förbud mot bindningsförfarande, skyldigheten enligt 7 kap. 14 § att bedöma en konsuments kreditvärdighet, skyldigheten enligt 7 kap. 15 § 1 mom. att kontrollera kreditsökandens identitet, skyldigheten enligt 7 kap. 16 § att bevara uppgifterna om identitetskontroll, bestämmelserna i 7 kap. 16 a § om lämnande av kredit, bestämmelserna i 7 kap. 17 § och de bestämmelser som utfärdats med stöd av 17 § 3 mom. om ingående av kreditavtal, bestämmelserna i 7 kap. 17 a § om kreditkostnadernas maximibelopp, bestämmelserna i 7 kap. 17 b § om kostnader för förlängning av betalningstiden, begränsningen enligt 7 kap. 19 § om tidpunkten för överlåtande av medel, bestämmelserna i 7 kap. 24 § om ändringar av ränta och avgifter eller skyldigheten enligt 7 kap. 48 § att informera om sin behörighet,

Denna lag träder i kraft den 20 .

### 3.

## Lag

### om ändring av 5 kap. 3 § i rättegångsbalken

I enlighet med riksdagens beslut  
*ändras* i rättegångsbalken 5 kap. 3 § 2 mom. 6 punkten, sådan den lyder i lag 599/2019, samt  
*fogas* till 5 kap. 3 § 2 mom., sådant det lyder i lag 599/2019, en ny 7 punkt som följer:

5 kap.

#### Om väckande av talan och förberedelse i tvistemål

#### 3 §

---

Om en fordran bygger på ett i 7 eller 7 a kap. i konsumentskyddslagen (38/1978) avsett konsumentkreditavtal, ska i stämningsansökan också uppges

---

6) huruvida kreditavtalet har ingåtts på det sätt som förutsätts i 7 kap. 17 § eller 7 a kap. 15 § i konsumentskyddslagen,

7) huruvida det är fråga om en engångskredit eller en fortlöpande kredit.

Denna lag träder i kraft den 20.

På ärenden som är anhängiga vid ikraftträdandet av denna lag tillämpas de bestämmelser som gällde vid ikraftträdandet.

På ärenden som blir anhängiga efter ikraftträdandet av denna lag tillämpas 5 kap. 3 § 2 mom. 7 punkten endast om konsumentkreditavtalet har ingåtts innan 7 kap. 17 a § i konsumentskyddslagen, sådan paragrafen lyder i lag ( / ), trätt i kraft.

---

Helsingfors den 20 oktober 2022

**Statsminister**

**Sanna Marin**

Justitieminister Anna-Maja Henriksson

1.

## Lag

### om ändring av konsumentkyddslagen

I enlighet med riksdagens beslut  
*upphävs* i konsumentkyddslagen (38/1978) 7 kap. 51 § 2 mom., sådant det lyder i lag 851/2016,

*ändras* 6 kap. 4 § 1 mom. och 25 § 2 mom., 7 kap. 3, 13, 15 och 17 a § samt 50 § 2 mom., sådana de lyder, 6 kap. 4 § 1 mom. och 25 § 2 mom. i lag 693/2022, 7 kap. 3 § i lagarna 746/2010, 207/2013, 851/2016 och 596/2019, 13 § i lagarna 207/2013 och 851/2016, 15 § i lagarna 746/2010, 457/2017 och 899/2017, 17 a § i lag 596/2019 och 50 § 2 mom. i lag 572/2020, samt

*fogas* till 6 kap. nya 12 b och 12 c § som följer:

*Gällande lydelse*

6 kap.

**Hemförsäljning och distansförsäljning**

4 §

*Tillämpning av bestämmelserna på vissa tjänster*

På avtal som gäller passagerartransporttjänster och på sådana paketresor som avses i lagen om kombinerade resetjänster tillämpas endast 12 § 2 och 3 mom. samt 12 a och 25 §.

(ny)

*Föreslagen lydelse*

6 kap.

**Hemförsäljning och distansförsäljning**

4 §

*Tillämpning av bestämmelserna på vissa tjänster*

På avtal som gäller passagerartransporttjänster och på sådana paketresor som avses i lagen om kombinerade resetjänster tillämpas endast 12 § 2 och 3 mom. samt 12 a–12 c och 25 §.

12 b §

*Presentation av tillgängliga betalningssätt på nätet*

*När en konsument köper nyttigheter på nätet ska näringsidkaren i samband med slutande av avtal presentera de tillgängliga betalningssätten i följande ordning:*

*1) betalningssätt som inte innefattar en möjlighet att ansöka om eller använda kredit eller att få annat betalningsansånd,*

*Gällande lydelse*

*Föreslagen lydelse*

2) betalningssätt som kan innefatta en möjlighet att ansöka om eller använda kredit eller att få annat betalningsansånd,

3) betalningssätt som innebär ansökan om eller användning av kredit eller annat betalningsansånd.

Näringsidkare får inte vid presentationen av alternativa betalningssätt använda något betalningssätt som standardval.

Vad som i denna paragraf föreskrivs om näringsidkare tillämpas också på betaltjänstleverantörer, kreditgivare och andra näringsidkare till den del de har kunnat påverka hur betalningssätten presenteras.

(ny)

12 c §

*Kontroll av identiteten hos konsumenter och bevarande av uppgifterna om kontrollen i vissa fall*

Om konsumenten vid köp av nyttigheter på nätet väljer ett betalningssätt som innebär betalningsansånd, ska den näringsidkare som tillhandahåller betalningssättet i fråga kontrollera konsumentens identitet i samband med godkännandet av betalningssättet med hjälp av en identifieringsmetod som uppfyller kraven på system för elektronisk identifiering enligt 8 § i lagen om stark autentisering och betrodda elektroniska tjänster (617/2009) eller kraven på stark kundautentisering enligt 8 § 24 punkten och 85 c § 4 mom. i betaltjänstlagen (290/2010).

Om inget annat följer av lagen om förhindrande av penningtvätt och av finansiering av terrorism (444/2017) ska den näringsidkare som avses i 1 mom. bevara de uppgifter som utgjort grund för kontrollen av konsumentens identitet i fem år från det att fordran i dess helhet förfallit till betalning. Om oenighet uppstår kring ett avtal eller en betalning ska kontrolluppgifterna dock bevaras till dess parterna har kommit överens om saken eller ärendet har avgjorts.

Vad som föreskrivs i denna paragraf tillämpas dock inte om

1) 7 eller 7 a kap. eller betaltjänstlagen tillämpas på det betalningssätt som konsumenten valt,

*Gällande lydelse*

25 §

*Påföljderna vid brott mot bestämmelserna i kapitlet*

Utöver vad som i detta kapitel föreskrivs om påföljder, får en näringsidkare som bryter mot bestämmelserna i detta kapitel, om det med hänsyn till konsumentskyddet är behövligt, förbjudas att fortsätta med ett sådant förfarande eller att upprepa det eller ett därmed jämförbart förfarande. Bestämmelser om meddelande av förbud och förenande av förbud med vite finns i 2 och 3 kap.

Bestämmelser om påföljdsavgift som påförs för brott mot 9 § och de bestämmelser som utfärdats med stöd av 9 § och mot 9 a, 10–12 §, 12 a §, 13 §, 14 § 1 och 2 mom., 17 § 2–4 mom. och 17 a § 1–3 mom. finns i lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna.

7 kap.

**Konsumentkrediter**

3 §

*Begränsningar i fråga om tillämpningen i vissa andra fall*

Bestämmelserna i 9–11 §, 13 § 2 mom. 4 punkten samt 14 och 17 § tillämpas inte på konsumentkrediter där kredittiden är högst tre månader, där ingen ränta tas ut och där de övriga kreditkostnaderna omräknade till effektiv ränta inte överstiger det räntebelopp som avses i 4 § 1 mom. i räntelagen (633/1982). På förlöpande krediter tillämpas dock 14 och 17 §.

*Föreslagen lydelse*

2) konsumenten enligt avtalet betalar köpesumman i samband med att varan överläts,

3) en avtalsenlig tjänst utförs på annat sätt än med ett medel för distanskommunikation och betalningsanståndet erbjuds av tjänsteleverantören, eller

4) det är fråga om förvärv av en nyttinghet vid telefonförsäljning.

25 §

*Påföljderna vid brott mot bestämmelserna i kapitlet*

Utöver vad som i detta kapitel föreskrivs om påföljder, får en näringsidkare som bryter mot bestämmelserna i detta kapitel, om det med hänsyn till konsumentskyddet är behövligt, förbjudas att fortsätta med ett sådant förfarande eller att upprepa det eller ett därmed jämförbart förfarande. Bestämmelser om meddelande av förbud och förenande av förbud med vite finns i 2 och 3 kap.

Bestämmelser om påföljdsavgift som påförs för brott mot 9 § och de bestämmelser som utfärdats med stöd av 9 § och mot 9 a, 10–12, 12 a–12 c och 13 §, 14 § 1 och 2 mom., 17 § 2–4 mom. och 17 a § 1–3 mom. finns i lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna.

7 kap.

**Konsumentkrediter**

3 §

*Begränsningar i fråga om tillämpningen i vissa andra fall*

Bestämmelserna i 9–11 §, 13 § 2 mom. 5 punkten samt 14 och 17 § tillämpas inte på konsumentkrediter där kredittiden är högst tre månader, där ingen ränta tas ut och där de övriga kreditkostnaderna omräknade till effektiv ränta inte överstiger det räntebelopp som avses i 4 § 1 mom. i räntelagen. På förlöpande krediter tillämpas dock 14 och 17 §.

### *Gällande lydelse*

*Bestämmelserna i 15 och 16 § tillämpas inte på nyttighetsbundna engångskrediter.*

Bestämmelserna i 18 och 39 § tillämpas endast på nyttighetsbundna krediter och 36–38 § endast på sådan nyttighetsbunden kredit som lämnas för köp av en vara.

Bestämmelserna i 17 a § tillämpas inte på avbetalningsköp där föremål för köpet är ett trafikmedel som ska registreras i det trafik- och transportregister som avses i lagen om transportservice (320/2017), jämte eventuell tilläggsutrustning. Om konsumenten på grundval av avtalet också har rätt att ta ut penningmedel, ska paragrafen ändå tillämpas.

13 §

### *God kreditgivningssed*

Kreditgivaren ska handla ansvarsfullt vid kreditgivningen.

Det förutsätts särskilt att kreditgivaren

1) *inte marknadsför en kredit så att marknadsföringen tydligt bidrar till att försämra konsumentens förmåga att noggrant överväga krediten,*

### *Föreslagen lydelse*

(upphävs)

Bestämmelserna i 18 och 39 § tillämpas endast på nyttighetsbundna krediter och 36–38 § endast på sådan nyttighetsbunden kredit som lämnas för köp av en vara.

Bestämmelserna i 17 a § tillämpas inte på avbetalningsköp där föremål för köpet är ett trafikmedel som ska registreras i det trafik- och transportregister som avses i lagen om transportservice (320/2017), jämte eventuell tilläggsutrustning. Om konsumenten på grundval av avtalet också har rätt att ta ut penningmedel, ska paragrafen ändå tillämpas.

13 §

### *God kreditgivningssed*

Kreditgivaren ska handla ansvarsfullt vid kreditgivningen.

Det förutsätts särskilt att kreditgivaren

1) vid marknadsföringen av en kredit inte

a) *förringar allvaret i eller betydelsen av kredittagningen,*

b) *ger intryck av att kredittagning löser konsumentens ekonomiska problem eller minskar problemen eller andra negativa effekter som problemen ger upphov till,*

c) *för fram att krediten är förmånligare än konsumentens befintliga krediter, om påståendet är osant eller vilseledande, eller om påståendet inte på annat sätt kan styrkas,*

d) *hävdar att kredittagningen främjar konsumentens sociala framgång eller den sociala acceptansen av konsumenten,*

e) *påminner konsumenten om en outnyttjad kredit, utom när konsumenten ansöker om en ny kredit hos kreditgivaren,*

f) *kopplar användningen av krediten till speltjänster eller riktar marknadsföringen till konsumenter som kan antas använda krediten till speltjänster,*

g) *riktar marknadsföringen till konsumenter som har en anteckning om betalningsstörning eller som annars kan antas ha svårigheter att fullgöra sina skyldigheter enligt kreditavtalet på behörigt sätt,*

### Gällande lydelse

2) inte använder kreditgivningen som ett huvudsakligt argument vid marknadsföringen av andra konsumtionsnyttigheter,

3) inte använder sms-tjänster eller andra motsvarande kommunikationstjänster mot extra avgift vid marknadsföring eller beviljande av kredit eller vid annan kommunikation i anslutning till kreditförhållandet,

4) ger konsumenten en sådan tillräcklig och klar utredning innan kreditavtalet tecknas som gör det möjligt för konsumenten att bedöma om krediten och de kompletterande tjänster som eventuellt erbjuds lämpar sig för hans eller hennes behov och ekonomiska situation, samt uppgift om huruvida konsumenten kan säga upp ett avtal om kompletterande tjänster separat och vilka påföljder en uppsägning har för honom eller henne,

5) i händelse av försenad betalning ger konsumenten information och råd för att förhindra att betalningssvårigheter uppstår eller förvärras och informerar om hur situationer med betalningsoförmåga kan skötas samt att kreditgivaren förhåller sig ansvarsfullt till betalningsarrangemang.

Bestämmelserna i 1 mom. och 2 mom. 1–4 punkten tillämpas också på kreditförmedlare. Bestämmelsen i 2 mom. 4 punkten gäller dock inte en sådan säljare eller tjänsteleverantör som arbetar som kreditförmedlare vid sidan av sin huvudsyssla.

Ersättningssystemen för kreditgivarnas och kreditförmedlarnas personal får inte vara sådana att de hindrar personalen från att iaktta vad som föreskrivs i 1 och 2 mom. vid kreditgivning, kreditförmedling eller tillhandahållande av rådgivningstjänster.

### Föreslagen lydelse

*h) på något annat än i underpunkterna a–g avsett sätt handlar så att marknadsföringen tydligt bidrar till att försämra konsumentens förmåga att noggrant överväga att ta eller använda krediten,*

2) inte använder kreditgivningen som ett huvudsakligt argument vid marknadsföringen av andra konsumtionsnyttigheter,

3) inte använder sms-tjänster eller andra motsvarande kommunikationstjänster mot extra avgift vid marknadsföring eller beviljande av kredit eller vid annan kommunikation i anslutning till kreditförhållandet,

*4) inte gör reklam för krediten med sådana villkor att kreditkostnaderna vid engångskrediter kan överstiga kapitalbeloppet eller vid fortlöpande krediter det kreditbelopp som konsumenten vid respektive tidpunkt har utnyttjat,*

5) ger konsumenten en sådan tillräcklig och klar utredning innan kreditavtalet tecknas som gör det möjligt för konsumenten att bedöma om krediten och de kompletterande tjänster som eventuellt erbjuds lämpar sig för hans eller hennes behov och ekonomiska situation, samt uppgift om huruvida konsumenten kan säga upp ett avtal om kompletterande tjänster separat och vilka påföljder en uppsägning har för honom eller henne,

6) i händelse av försenad betalning ger konsumenten information och råd för att förhindra att betalningssvårigheter uppstår eller förvärras och informerar om hur situationer med betalningsoförmåga kan skötas samt att kreditgivaren förhåller sig ansvarsfullt till betalningsarrangemang.

Bestämmelserna i 1 mom. och 2 mom. 1–5 punkten tillämpas också på kreditförmedlare. Bestämmelsen i 2 mom. 5 punkten gäller dock inte en sådan säljare eller tjänsteleverantör som arbetar som kreditförmedlare vid sidan av sin huvudsyssla.

Ersättningssystemen för kreditgivarnas och kreditförmedlarnas personal får inte vara sådana att de hindrar personalen från att iaktta vad som föreskrivs i 1 och 2 mom. vid kreditgivning, kreditförmedling eller tillhandahållande av rådgivningstjänster.



*Gällande lydelse*

15 §

*Kontroll av creditsökandens identitet*

Innan ett avtal om konsumentkredit ingås ska kreditgivaren noggrant kontrollera den sökandes identitet. Om identiteten kontrolleras elektroniskt, ska kreditgivaren använda en identifieringsmetod som uppfyller kraven i 8 § i lagen om stark autentisering och betrodda elektroniska tjänster (617/2009).

*Om kreditgivaren redan tidigare har kontrollerat konsumentens identitet på det sätt som avses i 1 mom. får identiteten också kontrolleras med hjälp av den personliga identifikator som skapades för konsumenten efter den inledande identifieringen.*

Bestämmelser om kundkontroll finns dessutom i lagen om förhindrande av penningtvätt och av finansiering av terrorism (444/2017).

17 a §

*Kreditkostnadernas maximibelopp*

Räntan på den kredit som konsumenten utnyttjar får inte avtalas vara *högre än 20 procent*.

Om konsumenten enligt avtalet ska betala andra än i 1 mom. avsedda kreditkostnader, får beloppet av dem per dag inte överstiga 0,01 procent av det kreditbelopp eller den kreditgräns som anges i kreditavtalet under kreditavtalets giltighetstid.

Trots vad som föreskrivs i 2 mom. får det avtalas om ett maximibelopp på 5 euro för andra kreditkostnader, under förutsättning att kredittiden enligt avtalet omfattar minst 30 dagar. De kostnader som konsumenten ska betala enligt 2 mom. får inte överstiga 150 euro per år, och kreditkostnader får inte tas ut hos konsumenten i förväg för en längre tid än ett år.

*Föreslagen lydelse*

15 §

*Kontroll av creditsökandens identitet*

*I samband med att ett avtal om konsumentkredit ingås och i samband med att kreditbeloppet eller kreditgränsen höjs ska kreditgivaren noggrant kontrollera den sökandes identitet. Om identiteten kontrolleras elektroniskt, ska kreditgivaren använda en identifieringsmetod som uppfyller kraven i 8 § i lagen om stark autentisering och betrodda elektroniska tjänster eller kraven på stark kundautentisering i 8 § 24 punkten och 85 c § 4 mom. i betaltjänstelagen.*

(upphävs)

Bestämmelser om kundkontroll finns dessutom i lagen om förhindrande av penningtvätt och av finansiering av terrorism.

17 a §

*Kreditkostnadernas maximibelopp*

Räntan på den kredit som konsumenten utnyttjar får inte avtalas vara *högre än referensräntan enligt 12 § i räntelagen förhöjd med 15 procentenheter. Inte heller då får räntan på krediten enligt avtalet överstiga 20 procent*.

Om konsumenten enligt avtalet ska betala andra än i 1 mom. avsedda kreditkostnader, får beloppet av dem per dag inte överstiga 0,01 procent av det kreditbelopp eller den kreditgräns som anges i kreditavtalet under kreditavtalets giltighetstid.

Trots vad som föreskrivs i 2 mom. får det avtalas om ett maximibelopp på 5 euro för andra kreditkostnader, under förutsättning att kredittiden enligt avtalet omfattar minst 30 dagar. De kostnader som konsumenten ska betala enligt 2 mom. får inte överstiga 150 euro per år, och kreditkostnader får inte tas ut hos konsumenten i förväg för en längre tid än ett år.

### *Gällande lydelse*

Om kreditgivaren eller kreditförmedlaren bryter mot bestämmelserna i denna paragraf, är konsumenten inte skyldig att betala kreditränta eller andra kreditkostnader.

Vad som föreskrivs i 2–4 mom. gäller inte försäkringsavgifter som betraktas som kreditkostnader, om syftet med försäkringen är att trygga värdet på säkerheten för krediten.

Om en konsument betalar tillbaka en kredit i förtid, tillämpas trots 2 och 3 mom. vad som föreskrivs i 27 och 28 §. Om förfallodagen för krediten tidigareläggs, tillämpas trots 2 och 3 mom. vad som föreskrivs i 35 §.

50 §

### *Påföljder*

Kreditgivare och kreditförmedlare som bryter mot bestämmelserna i detta kapitel får, om det med hänsyn till konsumentskyddet är nödvändigt, förbjudas att fortsätta eller upprepa sådant förfarande eller därmed jämförbart förfarande. Bestämmelser om utfärdande av förbud och förenande av förbud med vite finns i 2 och 3 kap.

Bestämmelser om påföljdsavgift som påförs för brott mot 8 och 9 § och de bestämmelser som utfärdats med stöd av 9 § 2 mom., mot 10 § och de bestämmelser som utfärdats med stöd av 10 §, mot 13 § 2 mom. 3 punkten, 13 a och 14 §, 15 § 1 och 2 mom., 16, 16 a och 17 § och de bestämmelser som utfärdats med stöd av 17 § 3 mom. samt mot 17 a, 17 b och 19 §, 20 § 1 mom., 24 §, 39 § 1 mom. och 48 § finns i lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna.

51 §

### *Tillsynsmyndigheter*

Tillsynen över efterlevnaden av bestämmelserna i detta kapitel utövas av konsumentombudsmannen, av Konkurrens- och konsumentverket och av regionförvaltningsverken såsom myndigheter underställda Konkurrens- och konsumentverket, samt av Finansinspektionen när kreditgivaren är ett i 4 § 2–5 mom. i

### *Föreslagen lydelse*

Om kreditgivaren eller kreditförmedlaren bryter mot bestämmelserna i denna paragraf, är konsumenten inte skyldig att betala kreditränta eller andra kreditkostnader.

Vad som föreskrivs i 2–4 mom. gäller inte försäkringsavgifter som betraktas som kreditkostnader, om syftet med försäkringen är att trygga värdet på säkerheten för krediten.

Om en konsument betalar tillbaka en kredit i förtid, tillämpas trots 2 och 3 mom. vad som föreskrivs i 27 och 28 §. Om förfallodagen för krediten tidigareläggs, tillämpas trots 2 och 3 mom. vad som föreskrivs i 35 §.

50 §

### *Påföljder*

Kreditgivare och kreditförmedlare som bryter mot bestämmelserna i detta kapitel får, om det med hänsyn till konsumentskyddet är nödvändigt, förbjudas att fortsätta eller upprepa sådant förfarande eller därmed jämförbart förfarande. Bestämmelser om utfärdande av förbud och förenande av förbud med vite finns i 2 och 3 kap.

Bestämmelserna om påföljdsavgift som påförs för brott mot 8 och 9 § och de bestämmelser som utfärdats med stöd av 9 § 2 mom., mot 10 § och de bestämmelser som utfärdats med stöd av den paragrafen, mot 13 § 2 mom. 1 punkten, *underpunkterna a–g samt 3 och 4 punkten i samma moment*, mot 13 a, 14–16 och 16 a §, *mot 17 §* och de bestämmelser som utfärdats med stöd av 17 § 3 mom. samt mot 17 a, 17 b och 19 §, 20 § 1 mom., 24 §, 39 § 1 mom. och 48 § finns i lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna.

51 §

### *Tillsynsmyndigheter*

Tillsynen över efterlevnaden av bestämmelserna i detta kapitel utövas av konsumentombudsmannen, av Konkurrens- och konsumentverket och av regionförvaltningsverken såsom myndigheter underställda Konkurrens- och konsumentverket, samt av Finansinspektionen när kreditgivaren är ett i 4 § 2–5 mom. i

#### *Gällande lydelse*

lagen om Finansinspektionen (878/2008) avsett tillsynsobjekt eller en i 5 § i den lagen avsedd annan finansmarknadsaktör.

*Tillsynsmyndigheterna ska samarbeta på lämpligt sätt. Vid tillsynen över att 15 § iaktas ger Kommunikationsverket på begäran tillsynsmyndigheten ett utlåtande om huruvida den metod för elektronisk identitetskontroll som kreditgivaren använder uppfyller kraven i 8 § i lagen om stark autentisering och betrodda elektroniska tjänster.*

Kreditgivare och kreditförmedlare är skyldiga att till tillsynsmyndigheterna överlämna för tillsynen behövliga handlingar som hänför sig till konsumentkrediter.

#### *Föreslagen lydelse*

lagen om Finansinspektionen (878/2008) avsett tillsynsobjekt eller en i 5 § i den lagen avsedd annan finansmarknadsaktör.

(upphävs)

Kreditgivare och kreditförmedlare är skyldiga att till tillsynsmyndigheterna överlämna för tillsynen behövliga handlingar som hänför sig till konsumentkrediter.

---

*Denna lag träder i kraft den 20 .*

*Bestämmelserna i 6 kap. 12 c § i denna lag tillämpas inte på avtal som ingåtts före ikraftträdandet av lagen.*

*Bestämmelserna i 7 kap. 3 och 15 § i denna lag tillämpas på avtal som ingåtts före ikraftträdandet av denna lag endast till den del det är fråga om en höjning av kreditbeloppet eller kreditgränsen som görs efter ikraftträdandet.*

*På avtal om engångskredit som ingåtts före ikraftträdandet av denna lag tillämpas i stället för 7 kap. 17 a § i denna lag de bestämmelser som gällde vid tidpunkten för ingående av avtalet. På avtal om fortlöpande kredit som ingåtts före ikraftträdandet av denna lag tillämpas i stället för 7 kap. 17 a § 2, 3 och 6 mom. i denna lag de bestämmelser som gällde vid tidpunkten för ingående av avtalet.*

*På avtal om fortlöpande kredit som ingåtts före ikraftträdandet av denna lag tillämpas inte 7 kap. 17 a § 1 mom. i denna lag till den del krediten har använts före ikraftträdandet.*

*Om det är fråga om ett avtal om fortlöpande kredit som har ingåtts före ikraftträdandet av denna lag och kreditgivaren eller kreditförmedlaren bryter mot 7 kap. 17 a § 1 mom. i denna lag, ska 7 kap. 17 a § 4 mom. tillämpas i fråga om ränta endast på den ränta som tas ut för en kredit som har lyfts efter ikraftträdandet och i fråga om kreditkostnader endast på den del av kreditkostnaderna som hänför sig till tiden efter ikraftträdandet.*

---

## 2.

### Lag

#### om ändring av 13 § i lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna

I enlighet med riksdagens beslut  
*ändras* i lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna (566/2020) 13 § 1 mom. 2 och 4 punkten, av dem 13 § 1 mom. 2 punkten sådan den lyder i lag 694/2022, som följer:

#### *Gällande lydelse*

13 §

#### *Påföljdsavgift för brott mot vissa bestämmelser i konsumentskyddslagen*

Påföljdsavgift kan påföras en näringsidkare som till konsumenternas nackdel uppsåtligen eller av oaktsamhet bryter mot eller åsidosätter följande bestämmelser, skyldigheter eller förbud i konsumentskyddslagen (38/1978):

1) bestämmelsen i 2 kap. 4 § om krav på identifierbar marknadsföring, förbudet enligt 2 kap. 5 § mot att medföra risk för förväxling, förbudet enligt 2 kap. 6 § mot osann eller vilseledande information, förbudet enligt 2 kap. 7 § mot att utelämna väsentlig information, förbudet enligt 2 kap. 9 § mot aggressiva förfaranden, bestämmelsen i 2 kap. 10 § om leverans av konsumtionsnyttigheter utan beställning, skyldigheten enligt 2 kap. 10 a § 1 mom. att begära konsumentens uttryckliga samtycke till tilläggsavgifter, skyldigheten enligt 2 kap. 11 § att i ett meddelande om nedsatta priser på en vara ange det lägsta pris till vilket varan har marknadsförts före prissänkningen, skyldigheten enligt 2 kap. 12 § att vid marknadsföring lämna information om samerbjudanden och tilläggsförmåner eller förbudet enligt 2 kap. 14 § 1 mom. mot att vid telefonkommunikation som gäller ett avtal om konsumtionsnyttigheter som näringsidkaren har ingått anlita en tjänst som strider mot den bestämmelsen,

2) bestämmelserna i 6 kap. 11 § om lämnande av förhandsinformation vid hemförsälj-

#### *Föreslagen lydelse*

13 §

#### *Påföljdsavgift för brott mot vissa bestämmelser i konsumentskyddslagen*

Påföljdsavgift kan påföras en näringsidkare som till konsumenternas nackdel uppsåtligen eller av oaktsamhet bryter mot eller åsidosätter följande bestämmelser, skyldigheter eller förbud i konsumentskyddslagen (38/1978):

1) bestämmelsen i 2 kap. 4 § om krav på identifierbar marknadsföring, förbudet enligt 2 kap. 5 § mot att medföra risk för förväxling, förbudet enligt 2 kap. 6 § mot osann eller vilseledande information, förbudet enligt 2 kap. 7 § mot att utelämna väsentlig information, förbudet enligt 2 kap. 9 § mot aggressiva förfaranden, bestämmelsen i 2 kap. 10 § om leverans av konsumtionsnyttigheter utan beställning, skyldigheten enligt 2 kap. 10 a § 1 mom. att begära konsumentens uttryckliga samtycke till tilläggsavgifter, skyldigheten enligt 2 kap. 11 § att i ett meddelande om nedsatta priser på en vara ange det lägsta pris till vilket varan har marknadsförts före prissänkningen, skyldigheten enligt 2 kap. 12 § att vid marknadsföring lämna information om samerbjudanden och tilläggsförmåner eller förbudet enligt 2 kap. 14 § 1 mom. mot att vid telefonkommunikation som gäller ett avtal om konsumtionsnyttigheter som näringsidkaren har ingått anlita en tjänst som strider mot den bestämmelsen,

2) bestämmelserna i 6 kap. 11 § om lämnande av förhandsinformation vid hemförsälj-

### *Gällande lydelse*

ning, bestämmelserna i 6 kap. 12 § om lämnande av förhandsinformation vid distansförsäljning, bestämmelserna i 6 kap. 12 a § om skriftligt bekräftelseförfarande vid telefonförsäljning, bestämmelserna i 6 kap. 13 § om bekräftelse av information, de skyldigheter enligt 6 kap. 17 § 2–4 mom. som hänför sig till återställande av prestationer eller de skyldigheter enligt 6 kap. 17 a § 1–3 mom. som hänför sig till konsumentens frånträde av ett avtal om digitalt innehåll eller digitala tjänster,

3) skyldigheten enligt 6 a kap. 11 § 1 eller 2 mom. att överlämna förhandsinformationen och avtalsvillkoren skriftligen eller i någon annan varaktig form, bestämmelserna i 6 a kap. 11 b § om ett skriftligt bekräftelseförfarande vid telefonförsäljning eller skyldigheten enligt 6 a kap. 16 § 2 mom. att återbära prestationer,

4) förbudet enligt 7 kap. 13 § 2 mom. 3 punkten mot att använda sms-tjänster eller andra motsvarande kommunikationstjänster mot extra avgift, bestämmelsen i 7 kap. 13 a § om förbud mot bindningsförfarande, skyldigheten enligt 7 kap. 14 § att bedöma en konsuments kreditvärdighet, skyldigheten enligt 7 kap. 15 § 1 eller 2 mom. att kontrollera kreditökandens identitet, skyldigheten enligt 7 kap. 16 § att bevara uppgifterna om identitetskontroll, bestämmelserna i 7 kap. 16 a § om lämnande av kredit, bestämmelserna i 7 kap. 17 § och de bestämmelser som utfärdats med stöd av 17 § 3 mom. om ingående av kreditavtal, bestämmelserna i 7 kap. 17 a § om kreditkostnadernas maximibelopp, bestämmelserna i 7 kap. 17 b § om kostnader för förlängning av betalningstiden, begränsningen enligt 7 kap. 19 § om tidpunkten för överlåtande av medel, bestämmelserna i 7 kap. 24 § om ändringar av ränta och avgifter eller skyldigheten enligt 7 kap. 48 § att informera om sin behörighet,

### *Föreslagen lydelse*

ning, bestämmelserna i 6 kap. 12 § om lämnande av förhandsinformation vid distansförsäljning, bestämmelserna i 6 kap. 12 a § om skriftligt bekräftelseförfarande vid telefonförsäljning, *bestämmelserna i 6 kap. 12 b § om presentation av tillgängliga betalningssätt på nätet, bestämmelserna i 6 kap. 12 c § om kontroll av identiteten hos konsumenterna och bevarande av uppgifterna om kontrollen*, bestämmelserna i 6 kap. 13 § om bekräftelse av information, de skyldigheter enligt 6 kap. 17 § 2–4 mom. som hänför sig till återställande av prestationer eller de skyldigheter enligt 6 kap. 17 a § 1–3 mom. som hänför sig till konsumentens frånträde av ett avtal om digitalt innehåll eller digitala tjänster,

3) skyldigheten enligt 6 a kap. 11 § 1 eller 2 mom. att överlämna förhandsinformationen och avtalsvillkoren skriftligen eller i någon annan varaktig form, bestämmelserna i 6 a kap. 11 b § om ett skriftligt bekräftelseförfarande vid telefonförsäljning eller skyldigheten enligt 6 a kap. 16 § 2 mom. att återbära prestationer,

4) *bestämmelserna i 7 kap. 13 § 2 mom. 1 punkten underpunkterna a–g om ett förfarande förenligt med god kreditgivningssed vid marknadsföring av en kredit*, förbudet enligt 7 kap. 13 § 2 mom. 3 punkten mot att använda sms-tjänster eller andra motsvarande kommunikationstjänster mot extra avgift eller förbudet enligt 7 kap. 13 § 2 mom. 4 punkten att göra reklam för krediten i enlighet med de villkor som anges i den punkten, bestämmelsen i 7 kap. 13 a § om förbud mot bindningsförfarande, skyldigheten enligt 7 kap. 14 § att bedöma en konsuments kreditvärdighet, skyldigheten enligt 7 kap. 15 § 1 mom. att kontrollera kreditökandens identitet, skyldigheten enligt 7 kap. 16 § att bevara uppgifterna om identitetskontroll, bestämmelserna i 7 kap. 16 a § om lämnande av kredit, bestämmelserna i 7 kap. 17 § och de bestämmelser som utfärdats med stöd av 17 § 3 mom. om ingående av kreditavtal, bestämmelserna i 7 kap. 17 a § om kreditkostnadernas maximibelopp, bestämmelserna i 7 kap. 17 b § om kostnader för förlängning av betalningstiden, begränsningen enligt 7 kap. 19 § om tidpunkten för överlåtande av medel, bestämmelserna i 7 kap. 24 §

### *Gällande lydelse*

5) skyldigheten enligt 7 a kap. 10 § 1 mom. att bestämma förfaranden och uppgifter vid bedömningen av kreditvärdighet, skyldigheten enligt 7 a kap. 11 § att bedöma en konsumentskreditvärdighet, bestämmelserna i 7 a kap. 14 § om anbud om kredit eller bestämmelserna i 7 kap. 15 § och de bestämmelser som utfärdats med stöd av 15 § 3 mom. om ingående av kreditavtal,

6) skyldigheten enligt 9 kap. 25 § 2 mom. att ställa en betryggande säkerhet för förskott,

7) förbudet i 10 kap. 12 § mot att ta emot betalningar under ångerfristen och under giltighetstiden för ett förmedlingsavtal.

Påföljdsavgift kan också påföras en näringsidkare som till konsumenternas nackdel uppsåtligen eller av oaktsamhet använder avtalsvillkor eller tillämpar praxis som innebär avvikelser från följande rättigheter enligt konsumentskyddslagen:

1) rätten enligt 6 kap. 14 § 1 eller 2 mom. att frånträda ett hemförsäljnings- eller distansförsäljningsavtal,

2) rätten enligt 6 a kap. 12 § 1 mom. att frånträda ett avtal om distansförsäljning av finansiella tjänster,

3) rätten enligt 7 kap. 20 § 1 mom. att frånträda ett konsumentkreditavtal eller rätten enligt 7 kap. 39 § 1 mom. att av kreditgivaren få en penningprestation på grund av försäljarens eller tjänsteleverantörens avtalsbrott,

4) rätten enligt 7 a kap. 17 § 1 mom. att frånträda ett konsumentkreditavtal som har samband med bostadsegendom,

5) rätten enligt 10 kap. 9 § 1 mom. att frånträda ett avtal om tidsdelat boende eller långfristiga semesterprodukter eller ett bytesavtal.

Påföljdsavgift kan också påföras en näringsidkare som uppsåtligen eller av oaktsamhet tillämpar sådana vilseledande eller aggressiva förfaranden som avses i de bestämmelser som utfärdats med stöd av 2 kap. 15 § 3 punkten i konsumentskyddslagen.

### *Föreslagen lydelse*

om ändringar av ränta och avgifter eller skyldigheten enligt 7 kap. 48 § att informera om sin behörighet,

5) skyldigheten enligt 7 a kap. 10 § 1 mom. att bestämma förfaranden och uppgifter vid bedömningen av kreditvärdighet, skyldigheten enligt 7 a kap. 11 § att bedöma en konsumentskreditvärdighet, bestämmelserna i 7 a kap. 14 § om anbud om kredit eller bestämmelserna i 7 kap. 15 § och de bestämmelser som utfärdats med stöd av 15 § 3 mom. om ingående av kreditavtal,

6) skyldigheten enligt 9 kap. 25 § 2 mom. att ställa en betryggande säkerhet för förskott,

7) förbudet i 10 kap. 12 § mot att ta emot betalningar under ångerfristen och under giltighetstiden för ett förmedlingsavtal.

Påföljdsavgift kan också påföras en näringsidkare som till konsumenternas nackdel uppsåtligen eller av oaktsamhet använder avtalsvillkor eller tillämpar praxis som innebär avvikelser från följande rättigheter enligt konsumentskyddslagen:

1) rätten enligt 6 kap. 14 § 1 eller 2 mom. att frånträda ett hemförsäljnings- eller distansförsäljningsavtal,

2) rätten enligt 6 a kap. 12 § 1 mom. att frånträda ett avtal om distansförsäljning av finansiella tjänster,

3) rätten enligt 7 kap. 20 § 1 mom. att frånträda ett konsumentkreditavtal eller rätten enligt 7 kap. 39 § 1 mom. att av kreditgivaren få en penningprestation på grund av försäljarens eller tjänsteleverantörens avtalsbrott,

4) rätten enligt 7 a kap. 17 § 1 mom. att frånträda ett konsumentkreditavtal som har samband med bostadsegendom,

5) rätten enligt 10 kap. 9 § 1 mom. att frånträda ett avtal om tidsdelat boende eller långfristiga semesterprodukter eller ett bytesavtal.

Påföljdsavgift kan också påföras en näringsidkare som uppsåtligen eller av oaktsamhet tillämpar sådana vilseledande eller aggressiva förfaranden som avses i de bestämmelser som utfärdats med stöd av 2 kap. 15 § 3 punkten i konsumentskyddslagen.

*Denna lag träder i kraft den 20 ..*

### 3.

## Lag

### om ändring av 5 kap. 3 § i rättegångsbalken

I enlighet med riksdagens beslut ändras i rättegångsbalken 5 kap. 3 § 2 mom. 6 punkten, sådan den lyder i lag 599/2019, samt fogas till 5 kap. 3 § 2 mom., sådant det lyder i lag 599/2019, en ny 7 punkt som följer:

#### Gällande lydelse

5 kap.

#### Om väckande av talan och förberedelse i tvistemål

Om målet gäller

- 1) en fordran på ett visst belopp,
- 2) återställande av besittning eller ett rubbat förhållande, eller
- 3) vräkning

och käranden meddelar att han anser att saken inte är tvistig (*summariskt tvistemål*), behöver som grund för yrkandet endast de omständigheter nämnas som yrkandet omedelbart grundar sig på. Då behöver inte heller sådana bevis uppges som avses i 2 § 1 mom. 3 punkten. I stämningsansökan ska dock exakt specificeras det avtal, den förbindelse eller något annat skriftligt bevis som käranden önskar åberopa.

Om en fordran bygger på ett i 7 eller 7 a kap. i konsumentskyddslagen (38/1978) avsett konsumentkreditavtal, ska i stämningsansökan också uppges

- 1) kreditbeloppet eller kreditgränsen enligt kreditavtalet,
- 2) kreditavtalets giltighetstid uttryckt i dagar,
- 3) räntan på krediten enligt kreditavtalet,
- 4) kreditkostnaderna och andra kostnader specificerade,
- 5) den effektiva räntan för krediten enligt kreditavtalet,
- 6) huruvida kreditavtalet har ingåtts på det sätt som förutsätts i 7 kap. 17 § eller 7 a kap. 15 § i konsumentskyddslagen.

#### Föreslagen lydelse

5 kap.

#### Om väckande av talan och förberedelse i tvistemål

Om målet gäller

- 1) en fordran på ett visst belopp,
- 2) återställande av besittning eller ett rubbat förhållande, eller
- 3) vräkning

och käranden meddelar att han anser att saken inte är tvistig (*summariskt tvistemål*), behöver som grund för yrkandet endast de omständigheter nämnas som yrkandet omedelbart grundar sig på. Då behöver inte heller sådana bevis uppges som avses i 2 § 1 mom. 3 punkten. I stämningsansökan ska dock exakt specificeras det avtal, den förbindelse eller något annat skriftligt bevis som käranden önskar åberopa.

Om en fordran bygger på ett i 7 eller 7 a kap. i konsumentskyddslagen (38/1978) avsett konsumentkreditavtal, ska i stämningsansökan också uppges

- 1) kreditbeloppet eller kreditgränsen enligt kreditavtalet,
- 2) kreditavtalets giltighetstid uttryckt i dagar,
- 3) räntan på krediten enligt kreditavtalet,
- 4) kreditkostnaderna och andra kostnader specificerade,
- 5) den effektiva räntan för krediten enligt kreditavtalet,
- 6) huruvida kreditavtalet har ingåtts på det sätt som förutsätts i 7 kap. 17 § eller 7 a kap. 15 § i konsumentskyddslagen,

*Gällande lydelse*

*Föreslagen lydelse*

*7) huruvida det är fråga om en engångskredit eller en fortlöpande kredit.*

*Denna lag träder i kraft den 20 ..*