

## Ett nytt konsumentkreditdirektiv (SOU 2024:69) Ju2024/02164

Tidningsutgivarna (TU) har getts tillfälle att yttra sig över det rubricerade betänkandet och får anföra följande. Yttrandet har begränsats till de delar som närmast berör TUs medlemmar.

---

### **Sammanfattning**

TU begränsar yttrandet till de delar som handlar om marknadsföring och att en särskild upplysning ska lämnas vid marknadsföring. TU konstaterar att förslagen i betänkandet visserligen följer direktivet som till stora delar är ett fullharmoniseringsdirektiv men att det ändå kan ifrågasättas om att en varningstext ska införas i Sverige. TU anser att de undantag som finns i TF och YGL avseende krav på att lämna varningstexter med mera vid marknadsföring av principiella skäl ska tillämpas oerhört restriktivt och avstyrker förslaget om en obligatorisk varningstext. Detta oavsett att det följer av direktivet.

### **Särskild upplysning vid marknadsföring**

I betänkandet föreslås särskilda bestämmelser i 2 kap. konsumentkreditlagen rörande ”Marknadsföring och allmän information”.

TU anser att även om det huvudsakliga syftet med den föreslagna åtgärden är att stärka konsumentskyddet och skydda folkhälsan mot skadeverkningarna av överskuldssättning kan det ifrågasättas om effekten av denna åtgärd kan motivera en konflikt med våra grundlagar.

TU anser att för att det undantag som numera finns i TF och YGL för bestämmelser som innebär krav på att införa och på ett visst sätt utforma varningstext, innehållsdeklaration eller annan liknande produktinformation (1 kap.12 § 4 TF och 1 kap. 18 § YGL) ska gälla ska det handla om produktinformation, ett begrepp som enligt TU inrymmer ett visst krav på objektivitet och saklighet. Den text som följer av direktivet, och som föreslås införas i Sverige, ”Obs! Att låna kostar pengar” eller en motsvarande formulering” kan ifrågasättas på

ovanstående grunder. TU anser att utredningen allt för lättsinnigt konstaterar att förslaget om särskild upplysning/varningstext inte kommer i konflikt med grundlagarna.

TU vidhåller tidigare lämnade åsikter om detta och på andra områden rörande marknadsföring och anser att tillsyn, information, utvecklande av rättspraxis och branschens egenåtgärder är ett bättre skydd för konsumenter än att ständigt addera olika former av varningstexter.

TU

Johan Taubert  
VD

Jan Fager  
Jurist