

Domsnummer: 2007-17

Avgörandedatum: 2007-07-25

Rubrik: Ett bolag har vid marknadsföring av konsumentkrediter via radio, TV och Internet använt formuleringar som innehållit budskapet att krediten kan erhållas snabbt. Radioreklamen har ansetts strida mot god kreditgivningssed och därmed också vara otillbörlig enligt marknadsföringslagen bl.a. eftersom bolaget där framhållit möjligheten till snabb kredit som ett avgörande argument i förhållande till övriga kreditvillkor. - Ett yrkande om åläggande för bolaget att tydligt ange kreditkostnad och kredittid i marknadsföringen har lämnats utan bifall då det av formella skäl inte ansetts möjligt för Marknadsdomstolen att utvidga det informationskrav som följer av lag (jfr MD 1988:20).

Lagrum:

- 5 §, 6 § och 8 § konsumentkreditlagen (1992:830)
- 4 §, 14 § och 19 § marknadsföringslagen (1995:450)

Rättsfall:

REFERAT

KÄRANDE

Konsumentombudsmannen (KO), Box 48, 651 02 KARLSTAD

SVARANDE

Mobillån Sverige AB, Box 618, 101 32 STOCKHOLM

Ombud: advokaten G. B., W. Advokatbyrå, Box 7543, 103 93 STOCKHOLM

SAKEN

marknadsföring av krediter

DOMSLUT

1. Marknadsdomstolen förbjuder Mobillån Sverige AB vid vite av femhundra tusen (500 000) kr att vid marknadsföring av krediter använda de påtalade radioreklaminslagen eller väsentligen samma framställningar.
2. Marknadsdomstolen lämnar KO:s talan i övrigt utan bifall.
3. KO skall ersätta Mobillån Sverige AB dess rättegångskostnader med etthundrafyrtiofemtusen (145 000) kr avseende ombudsarvode, jämte ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker.

YRKANDEN

KO har yrkat att Marknadsdomstolen vid vite skall

a) ålägga Mobillån Sverige AB (Mobillån Sverige) att vid marknadsföring av s.k. SMS-lån via radio- och TV-reklam på ett tydligt sätt informera om löptid och kostnader för marknadsförda krediter och

b) förbjuda Mobillån Sverige att via radioreklam, TV-reklam och på sin webbplats marknadsföra s.k. SMS-lån genom att framhålla krediten som en snabb och bekväm möjlighet att lösa ekonomiska problem.

Mobillån Sverige har bestritt KO:s yrkanden.

Parterna har yrkat ersättning för rättegångskostnader.

GRUNDER OCH UTVECKLING AV TALAN

KO

Mobillån Sveriges verksamhet

Mobillån Sverige bedriver kreditgivningsverksamhet med inriktning på korttidskrediter. Bolaget registrerades den 5 december 2005 och startade sin utlåningsverksamhet den 15 mars 2006. Verksamheten är inte tillståndspliktig. Bolaget står således inte under Finansinspektionens tillsyn. Enligt Mobillån Sveriges egna uppgifter är bolagets affärsidé att tillhandahålla mycket små lån för att täcka tillfälliga behov vid kontantbristsituationer. Det är fråga om s.k. blancolån, dvs. lån utan säkerhet. Ansökan kan göras via SMS eller via Internet. En ansökan via SMS görs genom att konsumenten SMS:ar ordet "LÅNA" till bolaget. Därefter får konsumenten ett SMS-meddelande med ett ansökningsformulär och de allmänna villkor som gäller. Sedan fyller konsumenten i ansökan och godkänner därmed de villkor som gäller för lånet. Ansökan skickas därefter in och granskas av bolaget. Kreditprövning sker enligt någon form av scoringmodell. Om ansökan beviljas sätts pengarna in på konsumentens konto. Enligt bolaget sker detta inom 15 minuter. Kunden betalar en fast avgift och någon traditionell ränta utgår inte. I de allmänna villkoren och på bolagets webbplats anges att avgiften utgör ersättning för personkontroll, uppläggningsavgift, kreditprövning och övriga kreditkontroller. Den särskilda avgiften uppgår till 300 kr för ett lånebelopp om 1 000 kr, 450 kr för ett lånebelopp om 2 000 kr och 600 kr för ett lånebelopp om 3 000 kr. Kunden får därutöver betala 25 kr vid ansökan via SMS. Kredittiden är alltid 30 dagar. Det är inte möjligt att ha två lån samtidigt. Ett befintligt lån måste således lösas innan ett nytt lån kan beviljas. Mobillån Sverige hade tidigare ett krav på att kundens årsinkomst skulle uppgå till lägst 24 000 kr för att lån skulle kunna beviljas. Vidare godtog bolaget att kunden hade betalningsanmärkningar.

Den påtalade marknadsföringen

Mobillån Sverige marknadsför sina krediter i radio och i TV samt på bolagets webbplats.

Radioreklamen påbörjades samtidigt som bolaget inledde utlåningsverksamheten och har förekommit i ett stort antal kanaler. Reklamen går genomgående ut på att i olika sketcher visa en person som befinner sig i en ekonomiskt pressad situation. Situationen skall lösas snabbt genom att man skickar ett SMS-meddelande till bolaget och lånar pengar. Reklamen är humoristisk och en känd skådespelare har anlitats. Efter att respektive sketch har framförts följer meddelandet "SMS:a LÅNA, SMS:a LÅNA till 72777. Du kan snabbt låna 1, 2 eller 3 000 under 30 dagar. Du har pengarna inom 15 minuter på ditt konto, SMS-kostnad 25 kr. SMS:a LÅNA till 72777 . . . eller besök oss på mobillan.se".

TV-reklamen förekom första gången under sommaren 2006 i samband med fotbolls-VM. Reklamen har förekommit i TV4, TV4 PLUS och TV400. Det är fråga om ett kort reklamslag om ca tio sekunder. Reklamen inleds med sången "SMS:a LÅNA, SMS:a LÅNA" samtidigt som dollarsedlar flyger omkring. Därefter följer texten "SMS: LÅNA, TILL: 72777, LÅNA: 1 000 kr, 2 000 kr, 3000 kr". I det övre högra hörnet anges "25 kr/sms". Nederst finns också följande text i mycket liten stilgrad "Kredittagaren är skyldig att erlägga särskild avgift till kreditgivaren som ersättning för kreditgivarens kostnader för krediten. Den särskilda avgiften uppgår till 300 kr vid lån om 1 000 kr, 450 kr vid lån om 2 000 kr samt 600 kr vid lån om 3 000 kr". Sången följs av en speakerröst som säger " . . . till 72777. Du kan snabbt låna 1, 2 eller 3 000 . . . eller besök oss på mobillan.se".

I reklamen på webbplatsen redogörs bl.a. för låneprocessen och de allmänna villkor som gäller, se domsbilaga.

Yrkande a)

I konsumentkreditlagen (1992:830) finns regler om konsumentkrediter såvitt avser bl.a. kreditprövning, marknadsföring och information samt formerna för

kreditavtalet. Om kredittiden, som i detta fall, är begränsad, finns vissa undantag från dessa regler. Om kredittiden är högst tre månader, finns det inte något krav på kreditprövning. Om kreditbeloppet uppgår till högst 1 500 kr eller om krediten skall återbetalas inom tre månader, är informationskravet något begränsat. När kredittiden är högst 45 dagar eller kreditbeloppet uppgår till högst 1 500 kr finns det inte något krav på att skriftligt avtal skall ingås. Förhållandena skall således bedömas på ett särskilt sätt när det är fråga om krediter med kort kredittid.

Mobillån Sveriges krediter är s.k. fristående krediter. Enligt huvudregeln i 6 § konsumentkreditlagen skall effektiv ränta anges oavsett vilken typ av kredit det är fråga om. I motiven till konsumentkreditlagen anges att information om den effektiva räntan skall lämnas för att konsumenten skall kunna jämföra olika krediter. Det är således ingen prisuppgift utan ett jämförelsemått. Effektiv ränta kan beräknas oavsett kreditform. Något hinder mot att beräkna effektiv ränta på en korttidskredit föreligger inte. Det finns emellertid inte något krav på att ange effektiv ränta vid sådana krediter. Av 6 § konsumentkreditlagen framgår vidare att vid s.k. kreditköp uppgift även skall lämnas om kreditkostnad och kontantpris. Något uttryckligt krav på att så skall ske vid fristående krediter föreligger däremot inte. Att det inte finns ett krav på att man alltid måste ange kreditkostnaden vid en fristående kredit är dock inte samma sak som att man aldrig skulle behöva ange kreditkostnad vid sådan kredit. Det framgår nämligen av 8 § konsumentkreditlagen att uppgifter som är av särskild betydelse från konsumentsynpunkt skall lämnas i marknadsföringen. Enligt KO:s mening är uppgifter om kreditkostnad och kredittid av särskild betydelse från konsumentsynpunkt i förevarande fall.

När det gäller kreditkostnaden kan konstateras att uppgift om de särskilda avgifterna för de lån som Mobillån Sverige tillhandahåller saknas i den påtalade radioreklamen och är otydlig i den aktuella TV-reklamen. Med hänsyn till den extremt snabba låneprocessen är det oerhört väsentligt att konsumenten får tydlig information om kostnaden för krediten redan då denne konfronteras med marknadsföringen. Det är inte säkert att konsumenten annars uppfattar vad kostnaden för respektive kredit uppgår till. Effekten av den aktuella reklamen kan bli att konsumenten förvillas att tro att den enda avgiften för krediten är SMS-avgiften. Detta eftersom SMS-avgiften är den enda avgift som tydligt framgår av marknadsföringen.

Vad gäller kredittiden kan konstateras att uppgift om densamma överhuvudtaget inte förekommer i TV-reklamen. På grund av den ovanligt korta kredittiden är det viktigt att konsumenten även i detta avseende får tydlig information redan i marknadsföringen.

Sammantaget är således uppgift om såväl kreditkostnad som kredittid av särskild betydelse för konsumenten. Dessa uppgifter skall därför lämnas i marknadsföringen. Att så skall ske följer, som ovan angivits, av 8 § konsumentkreditlagen. Ett utelämnande av angiven information strider mot god kreditgivningssed och är otillbörligt enligt marknadsföringslagen (1995:450), MFL. Mobillån Sverige skall därför åläggas att lämna den aktuella informationen i sin marknadsföring och åläggandet skall förenas med vite.

Yrkande b)

Marknadsföring av krediter skall vara måttfull och återhållsam. Om en kredit kan erhållas snabbt, skall inte snabbheten i sig framhållas som ett avgörande skäl i förhållande till övriga kreditvillkor. Inte heller bör möjligheten att erhålla en kredit snabbt ges en framträdande plats i marknadsföringen. Om snabbheten i sig skulle vara ett avgörande argument för att ingå avtal om kredit, skulle inte konsumenter jämföra med andra krediter eller överväga kostnader. Konsumenter skulle således ingå oöverlagda kreditavtal. Därför är det betydelsefullt att snabbhetsargumentet inte framhävs i förhållande till övriga väsentliga avtalsvillkor.

Enligt kronofogdemyndighetens statistik och uppgifter i media har antalet ansökningar om betalningsföreläggande på grund av SMS-lån ökat kraftigt. En mycket stor andel av ansökningarna avser ungdomar. Ett stort antal personer är också tidigare registrerade i kronofogdemyndighetens register. Mobillån Sverige tog emot 80 000 låneansökningar under 2006 varav 40 000 beviljades. Av dessa 40 000 föranledde drygt 1 100 ansökan om betalningsföreläggande, således ett stort antal. En jämförelse kan göras med förhållandena i Finland där

företeelsen SMS-lån har förekommit längre än i Sverige. Där har en mycket genomgående undersökning gjorts av vilka grupper det är som tecknar SMS-lån. Av denna undersökning framgår att SMS-lån tecknas för att betala vardagsskulder, mat, alkohol, cigaretter och tidigare lån. Det är således de allra svagaste grupperna i samhället som använder sig av den aktuella låneformen vilket i stor utsträckning beror på att de inte får andra krediter. Det är också dessa grupper som Mobillån Sveriges marknadsföring riktar sig till.

I den påtalade marknadsföringen anges att konsumenten "snabbt" kan få låna 1, 2 eller 3 000 kr. Detta besked lämnas på den mest framträdande platsen i såväl radio- som TV-reklamen. Vidare används i radioreklamen och på webbplatsen formuleringen "du har pengarna på ditt konto inom 15 minuter". I radioreklamen används denna formulering tillsammans med informationen om att konsumenten "snabbt" kan få låna något av de ovan angivna beloppen. Tillsammans blir budskapet om snabbhet helt dominerande. Det finns även ett uttalat budskap i radioreklamen att den person som råkat i knipa kan lösa sitt problem genom att SMS:a till Mobillån Sverige. Det budskapet finns också i den efterföljande sången "SMS:a LÅNA". Huvudbudskapet i den påtalade marknadsföringen är således att konsumenten kan erhålla krediten snabbt, smidigt och utan någon belastning på ekonomin. Ett lån från Mobillån Sverige kan erhållas inom 15 minuter. Det är således fråga om en snabbkredit där tiden för konsumenten att jämföra med andra låneformer är mycket begränsad. Med hänsyn härtill är risken för oöverlagda kreditbeslut stor. Härtill kommer att det för närvarande finns ett tiotal olika företag som marknadsför lån av aktuellt slag. Det är således möjligt för konsumenter att samtidigt ta lån hos flera bolag och därmed snabbt komma upp i stora skuldbelopp.

Mot bakgrund av det anförda anser KO att Mobillån Sverige, genom att framhålla snabbhetsargumentet på det sätt som skett i den påtalade marknadsföringen, inte har iakttagit god kreditgivningssed. Marknadsföringen strider därmed mot god marknadsföringssed och är även i övrigt otillbörlig. Mobillån Sverige skall därför förbjudas att fortsätta med marknadsföringen och förbudet skall förenas med vite.

Mobillån

Mobillån Sveriges verksamhet

Mobillån Sveriges affärsidé är att tillhandahålla mycket små krediter under kort tid för att hjälpa människor att lösa tillfälliga likviditetsbehov. Ett lån från Mobillån Sverige kan närmast ses som ett alternativ till att låna pengar av vänner och bekanta. Det finns ett stort behov av den typ av krediter Mobillån Sverige tillhandahåller. Detta beror bl.a. på att banker alltid försöker låna ut så mycket pengar som möjligt till sina kunder genom att sätta upp en lägsta kreditgräns. Mobillån Sveriges kreditvillkor är mycket enkla och lättöverskådliga. Kunden vet precis vad det kostar att låna ett specifikt belopp och hur lång kredittiden är. Kredittiden kan inte förlängas eller överskridas. Den som redan har en kredit hos Mobillån Sverige kan inte beviljas en ny kredit innan den tidigare krediten har lösts. Krediten är räntefri. Bolaget tar dock ut en kreditavgift som består av kostnaden för krediten i form av uppläggningsavgift m.m. Mobillån Sverige gör alltid en kreditprövning innan lån beviljas. Detta trots att något krav på kreditprövning inte föreligger.

Yrkande a)

Av 6 § konsumentkreditlagen framgår att uppgift om kreditkostnad skall lämnas om det är fråga om kredit för förvärv av en särskild vara, tjänst eller annan nytthet. Mobillån Sveriges krediter är dock fristående krediter varför något krav på angivande av kreditkostnad inte föreligger. Dessutom behöver information om kreditkostnaden inte lämnas om kredittiden inte överstiger tre månader eller lånebeloppet uppgår till högst 1 500 kr. Något lagstöd för att kreditkostnad skall anges i förevarande fall finns således inte. Såvitt gäller kredittiden finns det överhuvudtaget inte något krav på att uppgift härom skall lämnas i marknadsföringen. Kredittiden anges regelmässigt inte vid marknadsföring av krediter. Enligt Konsumentverkets allmänna råd "bör" kredittid anges vid marknadsföring av krediter som innehåller uppgifter om delbetalningarnas storlek. Några sådana krediter är det inte fråga om i detta fall.

KO har, med hänvisning till 8 § konsumentkreditlagen, hävdad att information

om kreditkostnad och kredittid är av särskild betydelse från konsumentsynpunkt. Enligt Mobillån Sveriges uppfattning åsyftar dock innehållet i nämnda stadgande annan information än den som nämns i 6 och 7 §§ konsumentkreditlagen. Någon möjlighet att ålägga en kreditgivare att ange kreditkostnad eller kredittid med stöd av 8 § konsumentkreditlagen föreligger således inte. Marknadsdomstolen har i ett tidigare avgörande också konstaterat att så är fallet (MD 1988:20). Marknadsdomstolen ogillade där KO:s yrkande om att kreditkostnad och kredittid skulle anges vid viss marknadsföring med hänvisning till motivuttalanden som gjordes i samband med att den tidigare konsumentkreditlagen infördes. I dessa motivuttalanden klargjorde lagstiftaren att det inte fanns behov av att införa regler om angivande av kreditkostnad vid marknadsföring av fristående krediter. Vidare fann lagstiftaren att information om kredittid överhuvudtaget inte behövde lämnas vid aktuell typ av marknadsföring. Marknadsdomstolen ansåg sig mot bakgrund av dessa motivuttalanden förhindrad att i praxis utveckla informationskravet i nämnda avseenden. Även om en sådan utveckling skulle vara möjlig bestrider dock Mobillån Sverige att det skulle vara av särskild betydelse från konsumentsynpunkt att uppgift om kreditkostnad och kredittid lämnas i marknadsföringen. Det främsta skälet till att sådan information skall lämnas är att kunden annars saknar kännedom om uppgifterna. Mobillån Sveriges kunder får dock tydlig information om kreditkostnad och kredittid innan avtal ingås. Det är dessutom enkelt att se vad kostnaden blir för aktuell typ av lån, betydligt enklare än vid lån då ränta förekommer. Under den tid som Mobillån Sverige har bedrivit sin verksamhet har inte någon kund uppgett att han eller hon saknat kännedom om kreditkostnad eller kredittid. Det finns således inte något särskilt behov av sådan information. Kredittiden anges därtill tydligt i radioreklamen. Redan av denna anledning skall yrkandet om tydligt angivande av kredittid ogillas såvitt avser denna reklam. Vidare är i TV-reklamen kreditkostnaden tydligt angiven. Den förekommer således under sju av de tio sekunder som reklamen pågår. Detta är fullt tillräckligt i aktuellt avseende. Sammantaget finns således inte skäl att bifalla KO:s yrkande i denna del.

Yrkande b)

KO:s koppling mellan ansökningar om betalningsföreläggande och överskudsättning är felaktig. En ansökan om betalningsföreläggande innebär inte nödvändigtvis att betalningsförmåga föreligger. Dessutom avser endast en mycket liten del av samtliga ansökningar om betalningsföreläggande Mobillån Sveriges krediter. Av statistiken framgår att ca två procent av Mobillån Sveriges kunder har brustit i betalningsansvar. Det är inte en särskilt hög andel utan ligger väl i linje med övriga kreditgivningsföretag såvitt avser blanco-krediter. De flesta som söker lån hos Mobillån Sverige är 25-30 år. Medellåntagaren är 32 år. Det är inte en särskilt låg ålder. Det finns många personer med hyggliga inkomster som gör slut på sina pengar innan lönen kommer. Dessa personer kan behöva ett kortfristigt tillskott. Det behöver inte betyda att de har dålig ekonomi. En skuld om 1 000, 2 000 eller 3 000 kr innebär ingen allvarlig belastning på den enskildes ekonomi. Lån som uppgår till sådana belopp är inte orsak till överskudsättning i samhället. Det finns inga belägg för att Mobillån Sveriges marknadsföring riktar sig till svaga konsumentgrupper. Det finns inte heller något stöd för att de som ingår avtal med Mobillån Sverige gör det oöverlagt. Att en årsinkomst om minst 24 000 kr tidigare angivits som krav för att kredit skall beviljas beror på att Mobillån har önskat sälla bort personer som omöjligen skulle kunna beviljas kredit. Det är ingenting som säger att en person med en årsinkomst om 24 000 kr skulle beviljas kredit. Ett sådant beslut grundar sig på en vanlig kreditprövning. Som jämförelse kan nämnas att GE Money Bank har ett krav på årsinkomst om 120 000 kr för att låna om 100 000 - 200 000 kr skall beviljas. Sett i relation till Mobillån Sveriges krav är det en avsevärd skillnad.

KO har påstått att helhetsintrycket av marknadsföringen är att det är enkelt att låna. KO har då uppenbarligen främst åsyftat att kredit kan erhållas via SMS. Det är dock endast 20 procent av Mobillån Sveriges kunder som använder sig av SMS då lån tecknas. De flesta använder sig i stället av Internet. Att huvudbudskapet i marknadsföringen är att det är enkelt att låna är således felaktigt. Det anges inte någonstans i marknadsföringen att det är smidigt, bekvämt eller enkelt att låna pengar av Mobillån. Ofta är det både snabbare och enklare att gå in på en bank och skriva under ett skuldebrev. Såvitt avser snabbhetsargumentet anges detta endast under en bråkdel av reklamtiden. Den påtalade radioreklamen består av inslag om vardera ca 30 sekunder. Av denna tid utgörs ca 18-21 sekunder av sketch, 3 sekunder av tal, 2 sekunder

av hänvisning till att krediten kan erhållas snabbt och resterande 8 sekunder av sång. Meningen "du kan snabbt låna" tar således endast 2 sekunder i anspråk och har inte något stort utrymme. TV-reklamen pågår ca 10 sekunder. Endast 2 sekunder tas i anspråk för att hänvisa till att krediten kan erhållas snabbt. Argumentet utgör således en obetydlig del av reklamen. På webbplatsen förekommer utförlig information om Mobillån Sverige och dess verksamhet. Hänvisning till snabbhet görs på tre ställen. Argumentet har således inte en framträdande plats i marknadsföringen. Enligt Mobillån Sveriges uppfattning är reklamen i alla delar måttfull.

I Konsumentverkets allmänna råd om konsumentkrediter anges visserligen att kreditgivaren bör visa återhållsamhet och måttfullhet i sin marknadsföring, bl.a. vad gäller redovisning av möjligheten att erhålla krediten snabbt. Konsumentverkets allmänna råd är dock inte bindande för Marknadsdomstolen eller marknadsdomstolens parter om de inte har etablerats som god kreditgivningssed. Detta följer av motiven till den tidigare konsumentkreditlagen. Konsumentverkets uttalande är inte normbildande i detta avseende och har inte heller accepterats av Marknadsdomstolen. Vad som utgör god kreditgivningssed återspeglas av hur seriösa aktörer på marknaden har agerat under en längre tid utan ingripande från KO. Det finns ett flertal exempel på marknadsföring där snabbhetsargumentet framhåvs betydligt mer än i Mobillån Sveriges marknadsföring. Även om det skulle ha funnits en norm med förbud mot framhävande av snabbhetsargumentet så har god kreditgivningssed utvecklats under senare år. Konsumentverkets allmänna råd kan härledas till en branschöverenskommelse från 1986. Sedan dess har konsumtionsmönstret i samhället förändrats. Utvecklingen har sprungit förbi vad KO anser utgöra god kreditgivningssed. Information om att pengar kommer snabbt är idag av stor betydelse för konsumenten. Konsumenter fattar flera snabba konsumtionsbeslut som innebär att de skuldsätter sig. Det har ingenting med kreditgivningen som sådan att göra.

Sammantaget överensstämmer Mobillån Sveriges marknadsföring med god kreditgivningssed och strider inte mot god marknadsföringssed. Det föreligger därför inte skäl att bifalla KO:s yrkande i denna del.

BEVISNING

Parterna har åberopat viss skriftlig bevisning. Den påtalade radio- och TV-reklamen har spelats upp.

DOMSKÄL

Målet rör marknadsföring av konsumentkrediter. KO har påtalat Mobillån Sveriges marknadsföring av s.k. SMS-lån i radio och TV samt på bolagets webbplats. Enligt KO strider marknadsföringen mot god kreditgivningssed och är otillbörlig enligt marknadsföringslagen (1995:450), MFL, dels då viss information saknas eller inte är tillräckligt tydligt angiven, dels då krediten framhålls som en snabb och bekväm möjlighet att lösa ekonomiska problem.

Yrkande a)

KO har i denna del yrkat att Marknadsdomstolen skall ålägga Mobillån Sverige att vid marknadsföring av krediter på ett tydligt sätt informera om kreditkostnad och kredittid.

Regler om marknadsföring och information avseende konsumentkrediter finns i 6-8 §§ konsumentkreditlagen (1992:830). Enligt 6 § skall näringsidkare vid annonsering, skyltning och liknande marknadsföring beträffande kredit lämna information om den effektiva räntan för krediten och, om det är fråga om kredit för förvärv av särskild vara, tjänst eller annan nytthet, även ange kreditkostnaden och kontantpriset. Sådan information behöver dock inte lämnas om krediten avser ett belopp som uppgår till högst 1 500 kr eller om krediten skall återbetalas inom tre månader. I 8 § anges att MFL gäller i fråga om underlåtelse att lämna information som anges i 6 § eller som annars är av särskild betydelse från konsumentens synpunkt.

Mobillån Sveriges krediter är s.k. fristående krediter, dvs. krediter som inte har ett direkt samband med köp. Av den ovan redovisade regleringen följer att det inte finns något särskilt angivet krav på att uppgift om kreditkostnad eller kredittid skall lämnas vid marknadsföring av sådana krediter. Det finns således

inte något uttryckligt krav på att bolaget skall ange vare sig kreditkostnad eller kredittid vid marknadsföring av sina produkter. KO har dock gjort gällande att den aktuella informationen är av särskild betydelse från konsumentsynpunkt och att ett åläggande därför kan meddelas med stöd av 8 § konsumentkreditlagen. Rent lagtekniskt föreligger inte något hinder häremot. I motiven till aktuella stadganden har lagstiftaren dock tydligt tagit avstånd från att införa en skyldighet att ange kreditkostnad vid fristående krediter eller kredittid då uppgift om delbetalningars storlek lämnas. Det senare får anses visa att det inte ansetts föreligga något behov av att ange kredittid vid fristående krediter (prop. 1991/92:83 s. 42 f.). Nu redovisad uppfattning synes i allt väsentligt överensstämma med den som förelåg vid införandet av den tidigare gällande konsumentkreditlagen (se prop. 1976/77:123 s. 86 ff.). Ett åläggande för Mobillån Sverige att ange kreditkostnad och kredittid skulle således strida mot de intentioner som fanns vid införandet av konsumentkreditlagen. Krediter av den typ Mobillån Sverige marknadsför är emellertid en förhållandevis ny företeelse på den svenska marknaden. Att det kan finnas behov av att framdeles utvidga informationskravet vad avser sådana krediter kan inte uteslutas, särskilt i beaktande av den teknikutveckling som förekommer på området. En sådan utvidgning bör dock ske i ett sammanhang och i första hand ankomma på lagstiftaren. Mot nu angiven bakgrund synes det i dagsläget saknas utrymme för Marknadsdomstolen att med stöd av konsumentkreditlagen ålägga Mobillån Sverige att lämna den information som KO har ansett erforderlig. Någon möjlighet att på annan grund meddela ett sådant åläggande torde inte heller föreligga. KO:s yrkande i denna del skall därför lämnas utan bifall.

Yrkande b)

KO har i denna del yrkat att Marknadsdomstolen skall förbjuda Mobillån Sverige att i sin marknadsföring framhålla krediten som en snabb och bekväm möjlighet att lösa ekonomiska problem. KO har därvid gjort gällande att Mobillån Sveriges marknadsföring inte uppfyller de krav på återhållsamhet och måttfullhet som följer av god kreditgivningssed och att marknadsföringen därför är otillbörlig enligt MFL.

Enligt 5 § konsumentkreditlagen skall näringsidkaren i sitt förhållande till konsumenten iaktta god kreditgivningssed och därvid ta till vara konsumentens intressen med tillbörlig omsorg. I motiven anges att stadgandet särskilt markerar kravet på god sed vid marknadsföring av krediter. Kravet på god sed får därvid anses innefatta att näringsidkaren är skyldig att iaktta viss återhållsamhet och måttfullhet i sin marknadsföring. Marknadsföring som framställer krediten som en helt bekymmersfri lösning på kundens eventuella ekonomiska problem får anses strida mot god sed. Detsamma gäller sådan marknadsföring som lockar kunden att fatta ett oöverlagt beslut om att binda sig för krediten (se prop. 1991/92:83 s. 107).

Konsumentverket har i allmänna råd om konsumentkrediter (KOVFS 2004:6) anknutit till ovan nämnda motivuttalanden och bl.a. angett att den omständigheten att krediten kan erhållas snabbt inte i sig bör framhållas som ett avgörande argument i förhållande till övriga kreditvillkor och att möjligheten att få snabb kredit inte bör ges en framträdande plats i marknadsföringen.

Marknadsdomstolen anser att nyss nämnda allmänna råd måste anses ge uttryck för god kreditgivningssed i nu berört avseende och gör med utgångspunkt från dessa råd följande bedömning av den aktuella marknadsföringen.

Mobillån Sveriges krediter avser mycket små belopp som kan erhållas snabbt. Att personer med stabil ekonomi skulle ha behov av sådana krediter är inte sannolikt. Som KO har anfört torde det i stället övervägande vara personer med svag ekonomi som har behov av sådana krediter. Marknadsföringen måste anses rikta sig särskilt till sådana konsumenter.

I den påtalade radioreklamen visas genomgående situationer där behovet av snabb kredit framhålls. Uttrycken "Du kan snabbt låna" och "Du har pengarna på ditt konto inom 15 minuter" betonas kraftigt. Enligt Marknadsdomstolens mening framhåller Mobillån Sverige här möjligheten till mycket snabb kredit som ett avgörande argument i förhållande till övriga kreditvillkor. Möjligheten därtill ges en framträdande plats i marknadsföringen. Med hänsyn till vad som ovan angivits om målgruppen för reklamen måste detta agerande anses stå i

strid mot god kreditgivningssed och därmed också vara otillbörligt enligt MFL. KO:s yrkande i denna del skall bifallas. Förbudet bör få den utformning som framgår av domslutet.

I den påtalade TV-reklamen används uttrycket "Du kan snabbt låna". Detta uttryck är dock det enda moment i marknadsföringen som direkt associerar till att krediten kan erhållas snabbt. Detta är i sig inte tillräckligt för att marknadsföringen skall anses stå i strid mot god kreditgivningssed, särskilt då övriga kreditvillkor ges en minst lika framträdande plats i marknadsföringen. KO:s yrkande i denna del skall lämnas utan bifall.

På den aktuella webbplatsen förekommer uttömmande information om Mobillån Sveriges produkter. En stor del av denna information betonar möjligheten att erhålla krediten snabbt. Det finns dock även utförlig information om övriga kreditvillkor. Det finns inte heller några direkta uppmaningar till konsumenter att låna pengar och marknadsföringen i sig kan inte anses locka konsumenter att fatta oöverlagda beslut om att binda sig för krediten. Marknadsföringen i denna del måste ses mot bakgrund av att Mobillån Sveriges verksamhet går ut på att tillhandahålla krediter snabbt. Enligt Marknadsdomstolens mening är detta en typ av marknadsföring som, även om den riktar sig till svaga konsumentgrupper, måste accepteras om man tillåter sådan verksamhet som Mobillån Sverige bedriver. För att förbud skall meddelas måste således krävas att snabbhetsargumentet framhålls på ett betydligt mer påträngande sätt än vad som är fallet på webbplatsen. Även KO:s yrkande i denna del skall lämnas utan bifall.

Vite

Enligt 19 § MFL skall ett förbud förenas med vite, om det inte av särskilda skäl är obehövligt. Några sådana särskilda skäl föreligger inte i detta fall. Förbudet skall därför förenas med vite.

Rättegångskostnader

Vid ovan angiven utgång får parterna anses ha ömsom vunnit och tappat målet i sådan omfattning att KO skall förpliktas att utge jämkad ersättning till Mobillån Sverige för rättegångskostnader. Det yrkade beloppet är skäligt. Mobillån Sveriges ersättning bör jämkas med en tredjedel. Sammantaget bör ersättning därmed utgå med 145 000 kr.

På Marknadsdomstolens vägnar

C H Fallenius

Ledamöter: Christer Fallenius, ordförande, Jörgen Holgersson, Ingrid Larén Marklund och Sten Nyberg. Enhälligt

Sekreterare: Mathias Wastesson

Sökord: Internet; Konsumentkredit; Konsumentkreditlagen; Kreditkostnad; Kredittid; Radioreklam; Reklamfilm; SMS-lån; Snabbkredit; TV-reklam; Webbplats

Litteratur:
