

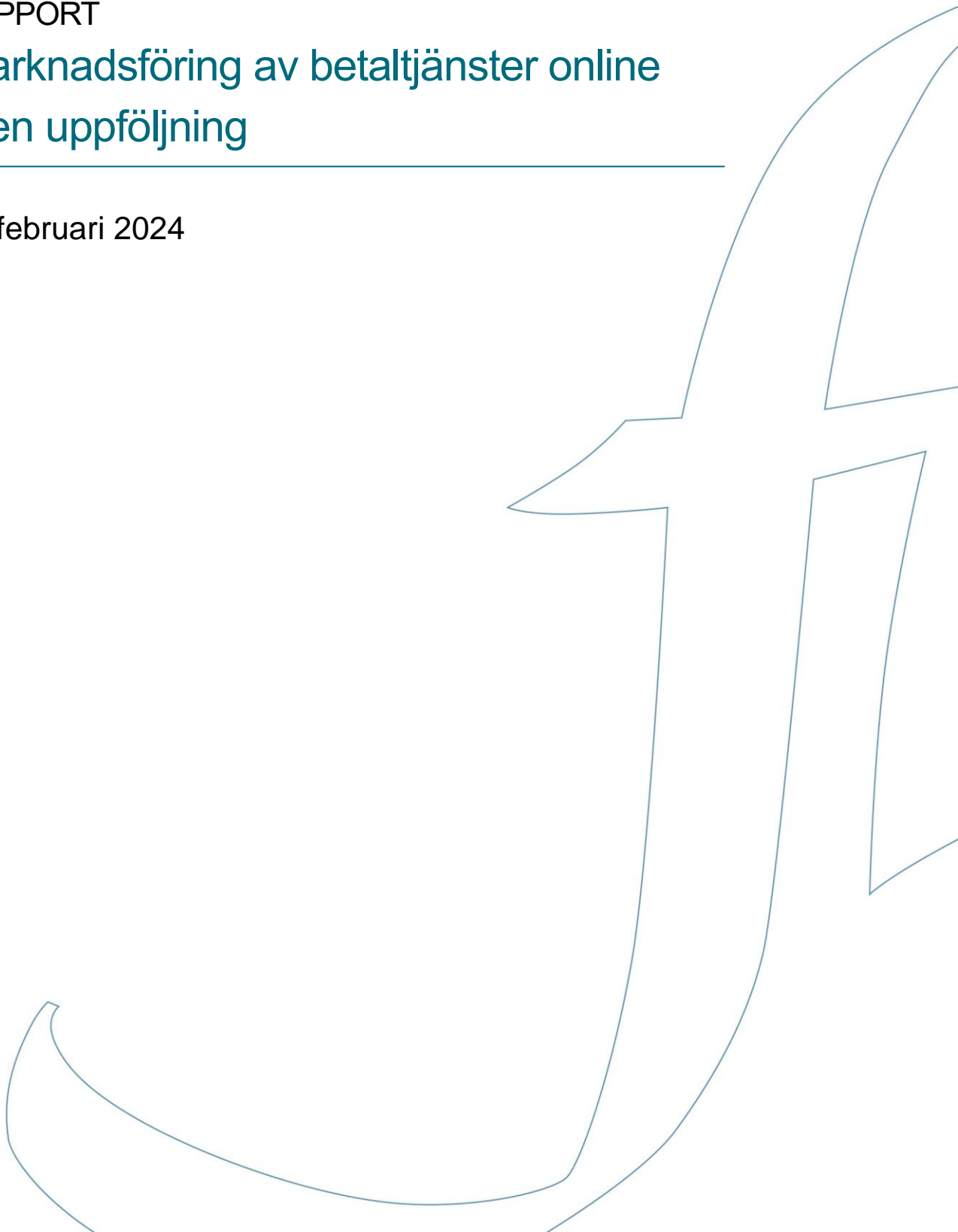


RAPPORT

# Marknadsföring av betaltjänster online – en uppföljning

---

14 februari 2024



Dnr 23–31145

## Innehåll

Sammanfattning .....	3
Lagändring och FI:s första utvärdering .....	5
FI:s utvärdering 2021 .....	5
Metod .....	7
Betalningssätt och aktörer .....	8
Betaltjänstleverantörernas ansvar .....	8
Medverkansansvar .....	9
Utländska betaltjänstleverantörer .....	9
Tillämpningen av bestämmelserna.....	11
Utvecklingen av andelen krediter .....	12
Uppfyller bestämmelserna sitt syfte?.....	14

Finansinspektionen  
Box 7821, 103 97 Stockholm  
Besöksadress Brunnsgatan 3  
Telefon +46 8 408 980 00  
[finansinspektionen@fi.se](mailto:finansinspektionen@fi.se)  
[www.fi.se](http://www.fi.se)

## Sammanfattning

Inom e-handeln är krediter lättillgängliga vilket ökar risken att konsumenter lånefinansierar sina köp. I syfte att förhindra att konsumenter tar oöverlagda krediter införde regeringen den 1 juli 2020 nya bestämmelser om marknadsföring av betaltjänster online. De nya bestämmelserna återfinns i lagen om betaltjänster och FI har granskat deras efterlevnad. FI konstaterar att bestämmelserna följs i majoriteten av fallen men för att mer effektivt uppnå deras syfte föreslår FI att de flyttas till konsumentkreditlagen.

De nya bestämmelserna i lagen (2010:751) om betaltjänster (LBT) innebär att betaltjänstleverantörer ska se till att betalningssätt som innefattar en kredit inte ska visas som första alternativ när en konsument köper varor eller tjänster online. Ett betalningssätt som innebär att en kredit lämnas får inte heller vara förvalt om det finns andra betalningssätt.

Finansinspektionen (FI) kunde 2021 i rapporten Marknadsföring av betaltjänster online<sup>1</sup> konstatera brister i 12 procent av de granskade kassalösningarna. Under 2023 har FI gjort en uppföljning och funnit att det tre år efter det att bestämmelserna trädde i kraft fortfarande finns brister i fem procent av kassalösningarna. I samtliga sådana fall gjordes ingen skillnad på debet- och kreditkort. Inom ramen för projektet samlade FI även in statistik över betalningar med respektive utan kredit från de fem oftast förekommande betaltjänstleverantörerna. Andelen kreditbetalningar har sjunkit efter det att bestämmelserna trädde i kraft, från att ha varit relativt stabil dessförinnan. FI bedömer att den sjunkande andelen kreditbetalningar, samt det faktum att fler följer LBT:s bestämmelser, visar att de nya bestämmelserna har en effekt och att det råder en medvetenhet hos betaltjänstleverantörerna om att lagen ställer krav på hur betalningssätt presenteras på e-handelsplatser.

Mer kan dock göras för att fullt ut uppnå syftet med bestämmelserna i LBT om marknadsföring av betaltjänster online. Viktigast, anser FI, är att lagen inte tar upp situationen där en e-handlare utan någon betaltjänstleverantör tillhandahåller kreditalternativ till sina kunder. FI menar att detta undergräver bestämmelsernas konsumentskyddande syfte. Det är komplicerat ur ett tillsynsperspektiv att e-handlaren, som ansvarar för utformningen av e-handelsplatsen, inte kan ställas till svars enligt lagen. Myndigheterna måste istället rikta sig till vad som ibland är en betaltjänstleverantör bland flera som tillhandahåller ett av betalningsalternativen eller så hänvisas myndigheterna till medverkansansvaret i marknadsföringslagen (2008:486) (MFL). FI anser därför att bestämmelserna om marknadsföring av

---

<sup>1</sup> Dnr 21–13000.

betaltjänster online bättre lämpar sig i konsumentkreditlagen som gäller för alla som erbjuder eller förmedlar krediter till konsumenter.

# Lagändring och FI:s första utvärdering

I syfte att förhindra överskuldsättning infördes under 2020 nya bestämmelser om marknadsföring av betaltjänster online. Finansinspektionen fick i uppdrag av regeringen att under 2021 göra en uppföljning av hur de nya bestämmelserna följdes. Vid uppföljningen identifierades brister i 12 procent av fallen. FI menade dock att det var för tidigt att dra några långtgående slutsatser om lagens effekter.

Mot bakgrund av en växande konsumtionslåneemarknad infördes den 1 juli 2020 nya bestämmelser i LBT om marknadsföring av betaltjänster online. Bestämmelserna, som återfinns i 7 a kap. LBT, innehåller krav på att en betaltjänstleverantör ska se till att ett betalningssätt som innebär att kredit inte lämnas visas först, om en konsument som köper varor eller tjänster online kan välja ett sådant betalningssätt. Ett betalningssätt som innefattar en kredit får inte heller vara förvalt om det finns andra betalningssätt. I förarbetena till lagändringen beskrivs att en konsument ofta väljer det alternativ som visas först eller är förvalt. Syftet med bestämmelserna är att det ska vara ett aktivt val av konsumenten att ta en kredit då det annars finns en risk att konsumenter överskuldsetter sig.

Tillsynsansvaret för de nya bestämmelserna delas mellan Finansinspektionen (FI), som har tillsyn över betaltjänstleverantörer enligt betaltjänstlagen, och Konsumentombudsmannen vid Konsumentverket, som för talan om åtgärder enligt MFL.

## FI:s utvärdering 2021

I regleringsbrevet för 2021 fick FI i uppdrag att utvärdera de nya bestämmelserna. Mer specifikt skulle FI:

- följa upp tillämpningen av bestämmelserna om marknadsföring online,
- bedöma om lagstiftningen uppfyller sitt syfte att minska riskerna för att konsumenter lockas till oöverlagda krediter vid e-handel, och
- utvärdera lagstiftningens effekter.

FI redovisade uppdraget i rapporten Marknadsföring av betaltjänster online, som lämnades till regeringen den 1 juli 2021. FI bedömde i rapporten att flertalet av aktörerna på marknaden hade anpassat sig till de nya bestämmelserna och tillämpade dem på sina kassalösningar men konstaterade även att det vid kartläggningen framkom brister. Inledningsvis identifierades brister hos en fjärdedel av de största e-handelsplattformerna. Efter de ändringar som betaltjänstleverantörerna gjorde eller åtog sig att göra sjönk andelen kassalösningar med brister till 12 procent.

Inom ramen för arbetet med rapporten inhämtades statistik från de fem största betaltjänstleverantörerna och FI konstaterade att andelen debetköp, där pengarna dras direkt från kontot, hade ökat marginellt i förhållande till köpen på kredit sedan de nya bestämmelserna trädde i kraft. FI ansåg dock att det vid tidpunkten då rapporten lämnades var för tidigt att dra några långtgående slutsatser. 2023 har det gått tre år sedan bestämmelserna i 7 a kap. LBT trädde i kraft och FI beslutade att under våren 2023 göra en förnyad uppföljning av tillämpningen av bestämmelserna om marknadsföring online. Den förnyade uppföljningen redovisas i denna rapport.

---

## 7 a kap. lagen (2010:751) om betaltjänster, Marknadsföring av betaltjänster online

1 § 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.

2 § Ett handlande som strider mot 1 § ska vid tillämpningen av 5, 23 och 26 §§ marknadsföringslagen (2008:486) anses vara otillbörligt mot konsumenter.

---

## Metod

FI har granskat hur kassalösningen ser ut hos de 100 största e-handlarna. I syfte att bedöma effekterna av bestämmelserna i LBT om marknadsföring av betaltjänster online har FI även samlat in statistik över debet- och kreditbetalningar från fem betaltjänstleverantörer.

FI har analyserat hur de 100 största e-handlarna presenterar de betalningssätt som konsumenterna hos dem har möjlighet att välja emellan. Urvalet av e-handlare har baserats på uppgifter från ehandel.se, som tillhandahåller en topplista över vad som uppges vara de största e-handlarna i Sverige 2019. Listan har kompletterats med motsvarande uppgifter från market.se med data från 2021. Den förstnämnda listan användes i arbetet med rapporten 2021 och möjliggör en bättre jämförelse med resultatet i föregående rapport. Uppgifterna från market.se är uppdaterade och innehåller även aktörer som vuxit sig stora på senare tid.

För att säkerställa att alla potentiella betalningssätt erbjuds i kassalösningen lades varor till ett värde av minst 1 000 kronor i e-handlarens varukorg. Därefter klickade sig FI vidare till kassalösningen utan att genomföra det slutliga steget att betala. För att bedöma om lagstiftningen uppfyller sitt syfte begärde FI in statistik över debet- respektive kreditbetalningar från de fem oftast förekommande betaltjänstleverantörerna. Betaltjänstleverantörerna hade inför projektets inledning under rättats om den tänkta rapporten och har informerats om FI:s tillvägagångssätt. FI har inom ramen för arbetet med rapporten fört en dialog med Konsumentverket och informerat myndigheten om granskningsresultaten.

## Betalningssätt och aktörer

En konsument som handlar online ställs i kassan oftast inför ett val mellan flera olika betalningssätt. E-handlare ingår oftast avtal med betaltjänstleverantörer. Det är betaltjänstleverantörerna som är ansvariga för att bestämmelserna i LBT om marknadsföring av betaltjänster online följs, och bestämmelserna gäller både svenska och utländska aktörer.

Ett köp hos en e-handlare avslutas vanligen i en kassalösning där konsumenten kan välja mellan olika betalningssätt. Vanliga betalningsmetoder är bland annat Swish, direktbetalning via bank, kortköp, delbetalning och fakturabetalning. I förarbetena till bestämmelserna i LBT om marknadsföring av betaltjänster online anges att det ska finnas en uppdelning mellan betalning med debetkort och betalning med kreditkort när kortbetalning är det alternativ som visas först. Om konsumenten väljer en delbetalning är kreditgivaren skyldig att göra en kreditprövning. Saknar konsumenten ekonomiska förutsättningar att fullgöra avtalet, till exempel på grund av för låg inkomst, ska kreditgivaren inte bevilja krediten. Vid en fakturabetalning behöver kreditgivaren däremot inte göra någon kreditprövning. Konsumenten kan därmed handla på faktura och få problem när fakturan förfaller. Ofta erbjuds konsumenten i samband med att fakturan ska betalas att omvandla den till en delbetalning och då ska en kreditprövning göras.

En e-handlare ingår oftast avtal med en eller flera betaltjänstleverantörer och kassalösningen kan sedan vara utformad på olika sätt. Ett vanligt alternativ är att betaltjänstleverantören erbjuder en helhetslösning med olika betalningssätt. Dessa kan i sin tur tillhandahållas av olika betaltjänstleverantörer som leverantören av helhetslösningen har ingått avtal med. Ett annat alternativ är att e-handlaren själv bygger sin kassalösning genom att ingå avtal med olika betaltjänstleverantörer. Betaltjänstleverantörerna uppger i sina kontakter med FI att e-handlarna i sådana fall informeras om att kreditalternativen inte får vara förvalda eller vara placerade först. Ibland köper e-handlarna den tekniska plattformen för kassalösningen av tekniska leverantörer som inte är att anse som betaltjänstleverantörer och därmed inte omfattas av bestämmelserna i LBT.

### Betaltjänstleverantörernas ansvar

Det är betaltjänstleverantörerna som är ansvariga för att bestämmelserna i LBT följs. Om ett kreditalternativ felaktigt har placerats först, eller felaktigt har använts som förval, kan FI därför vidta tillsynsåtgärder mot den betaltjänstleverantör som står bakom det betalningssätt som placerats på ett sätt som bryter mot bestämmelserna. Detta gäller oavsett om det är en eller flera betaltjänstleverantörer som ingått



avtal med e-handlaren. Som framhölls i förarbetena<sup>2</sup> till bestämmelserna i LBT har betaltjänstleverantörerna en avtalsrelation med e-handlaren. Det innebär att de inom ramen för avtalsförhållandet ska säkerställa att presentationen på e-handelsplattformen uppfyller kraven i LBT. En betaltjänstleverantör är den som tillhandahåller någon av de betaltjänster som anges i 1 kap. 2 § LBT. Det handlar exempelvis om genomförande av betalningstransaktioner, betalningsinitiering och penningöverföring. Att som näringsidkare för egen räkning bevilja kredit till konsumenter för köpta varor och tjänster utgör däremot inte någon betaltjänst. Ett företag kan därför tillhandahålla en egen kreditlösning utan att det medför att företaget tillhandahåller en betaltjänst.

## Medverkansansvar

En betaltjänstleverantör har ansvar för att LBT:s bestämmelser följs. Det finns också en möjlighet för Konsumentombudsmannen att ställa en e-handlare till svars enligt MFL:s bestämmelser om medverkansansvar. Förutom mot näringsidkaren kan enligt 23 § andra stycket MFL ett förbud mot otillbörlig marknadsföring meddelas även någon annan som handlat på näringsidkarens vägnar samt var och en som i övrigt väsentligt har bidragit till marknadsföringen. Medverkansansvar har generellt i praxis ansetts föreligga när någon utformat eller tagit aktiv del i utformningen av marknadsföringsmaterial eller annars aktivt medverkat i marknadsföringen. Förbud mot en medverkande kan, enligt Patent- och marknadsdomstolen, komma i fråga när ett förbud enbart mot den huvudansvariga framstår som otillräckligt<sup>3</sup>. Det krävs dock inte att talan först riktas mot den huvudansvariga för marknadsföringen för att medverkansansvar ska anses föreligga<sup>4</sup>. Därmed måste Konsumentverket göra en bedömning från fall till fall för att kunna fastställa om e-handlaren eller någon annan part i väsentlig mån bidragit till marknadsföringen för att denne ska vara ansvarig.

## Utländska betaltjänstleverantörer

Bestämmelserna om marknadsföring av betaltjänster online gör inte någon skillnad på svenska och utländska betaltjänstleverantörer. Utländska betaltjänstleverantörer som är verksamma på den svenska marknaden kan därför hållas ansvariga för presentationen av betalningssätt på samma sätt som svenska betaltjänstleverantörer. Detta innebär i praktiken att FI, om det förekommer en överträdelse av LBT av en betaltjänstleverantör med hemvist i ett annat land inom EES, kan vända sig till sin motsvarighet i det EES-landet varefter den myndigheterna vidtar åtgärder med anledning av överträdelsen. Utländska företag utanför EES måste däremot söka tillstånd i Sverige när de vill bedriva verksamhet här. Enligt EU:s förordning om

---

<sup>2</sup> Prop. 2019/20:79 s. 11.

<sup>3</sup> MD 2003:25.

<sup>4</sup> Se till exempel MD 2009:41 och MD 2006:15.

konsumentskyddssamarbete<sup>5</sup> kan Konsumentombudsmannen hålla en utländsk e-handlare ansvarig enligt marknadsföringslagens bestämmelser om medverkansansvar med bistånd av sin motsvarighet i det aktuella landet när en sådan e-handlare riktar sin marknadsföring mot svenska konsumenter.

---

<sup>5</sup> Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/2394 av den 12 december 2017 om samarbete mellan de nationella myndigheter som har tillsynsansvar för konsumentskyddslagstiftningen och om upphävande av förordning (EG) nr 2006/2004.

## Tillämpningen av bestämmelserna

FI har vid sin förnyade uppföljning identifierat brister i fem procent av kassalösningarna. Det är en förbättring i förhållande till uppföljningen 2021. Andelen kreditbetalningar har också sjunkit sedan dess, vilket är ett tecken på att bestämmelserna om marknadsföring av betaltjänster online har en effekt. Bestämmelserna har dock fortfarande brister och för att de fullt ut ska uppnå sina syften, anser FI att bestämmelserna bör flyttas till konsumentkreditlagen.

I sin rapport 2021 bedömde FI att det fanns en medvetenhet hos betaltjänstleverantörerna om att LBT ställer krav på hur betalningssätt presenteras på en e-handelsplats. Den vanligaste bristen som FI identifierade 2021 var att kreditalternativet var färgmarkerat. Andra vanliga brister var att det saknades en uppdelning mellan debet- och kreditkort samt att ett kreditalternativ visades först. Efter de ändringar som företagen hade gjort eller hade åtagit sig att göra med anledning av FI:s och Konsumentverkets tillsyn, enligt LBT respektive MFL i samband med att rapporten skrevs, uppgick andelen kassalösningar där FI bedömde att det fanns brister till 12 procent.

I den uppföljning FI nu gjort, tre år efter det att bestämmelserna trädde i kraft, har FI iakttagit brister i fem kassalösningar, det vill säga i fem procent av fallen. I samtliga fall presenterades ett kortalternativ först och ingen skillnad gjordes mellan debet- och kreditkort. Av förarbetena framgår tydligt att det ska finnas en uppdelning mellan debet- och kreditkort när kortbetalning är det betalningssätt som presenteras först. Det kravet gäller även för utländska betaltjänstleverantörer.

De brister som FI identifierade fanns alla på mindre e-handlares webbplatser. Samtliga fem fall rör webbplatser med en omsättning under 400 miljoner kronor. De aktuella e-handelsplatserna placerade sig på plats 54 eller lägre på listan över de 100 största e-handlarna.

FI noterade även att det hos ytterligare tre kassalösningar visserligen presenterades ett debetalternativ först men att kreditalternativet innehöll mer information och var markerat med en grå ruta, vilket bidrar till att det uppmärksammas först. Liksom i rapporten från 2021 gör FI bedömningen att skillnaden i den visuella framställningen kan påverka konsumenten att välja kreditalternativet utan att det är ett aktivt val.

FI noterade slutligen att det även ofta dök upp information om kreditbetalningar på e-handlarnas webbplatser innan konsumenten hade klickat sig vidare till kassan. Detta kan liknas vid en form av så kallad priming. Det innebär att kunden blir påverkad av reklam om kreditalternativ och kan därmed fatta ett mindre övervägt kreditbeslut i kassan. Betaltjänstleverantörerna förbereder på så vis konsumenten

för att välja ett visst alternativ, i detta fall att ta en kredit, genom att placera den tanken i konsumentens omedvetna i ett tidigare led i köpprocessen. Priming togs inte upp i FI:s rapport 2021, vilket kan bero på att det inte var lika vanligt då. Fenomenet kan uppfattas som ett sätt att uppmuntra konsumenten att ta en kredit.

## Utvecklingen av andelen krediter

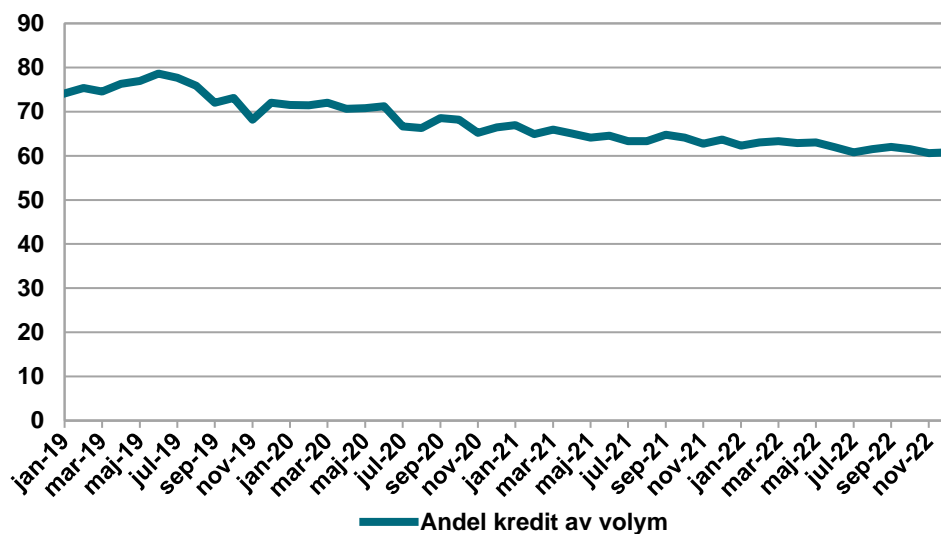
De nya bestämmelserna i 7 a kap. LBT om marknadsföring av betaltjänster online syftar till att minska riskerna för att konsumenter lockas till oöverlagda krediter inom e-handeln. Genom att samla in statistik över debet- respektive kreditbetalningar från de fem största betaltjänstleverantörerna, konstaterade FI i sin rapport från 2021 att andelen debetköp hade ökat marginellt i förhållande till kreditköpen sedan bestämmelserna trädde i kraft. Mot bakgrund av den korta tid som hade gått från bestämmelsernas ikraftträdande till dess att rapporten skrevs ansåg FI dock att det var för tidigt att dra några långtgående slutsatser om bestämmelsernas effekt på kredittagandet.

I den förnyade uppföljningen har statistik samlats in över andelen kredit- respektive debetbetalningar från de fem betaltjänstleverantörer som mest frekvent förekom i kassalösningen hos de 100 största e-handlarna. Gemensamt för dessa betaltjänstleverantörer är att de tillhandahåller betalningssätt i sina kassalösningar som innefattar både kredit- och debetalternativ. Samtliga betaltjänstleverantörer som har ingått i den förnyade uppföljningen anser att banköverföring, debetkort och Swish är debetalternativ och att användningen av dessa har ökat i förhållande till andelen kreditbetalningar.

Betaltjänstleverantörernas aggregerade statistik visar att andelen kreditköp har sjunkit stadigt över åren och nu befinner sig på rekordlåga nivåer, efter att ha legat på en relativt jämn nivå innan bestämmelserna trädde i kraft. I december 2022 uppgick andelen kreditköp som del av omsättningen till 61 procent. Det kan jämföras med 74 procent i januari 2019, 72 procent i januari 2020, 67 procent i januari 2021 och 62 procent i januari 2022.

## 1. Andelen kreditvolym hos betaltjänstleverantörerna

Procent



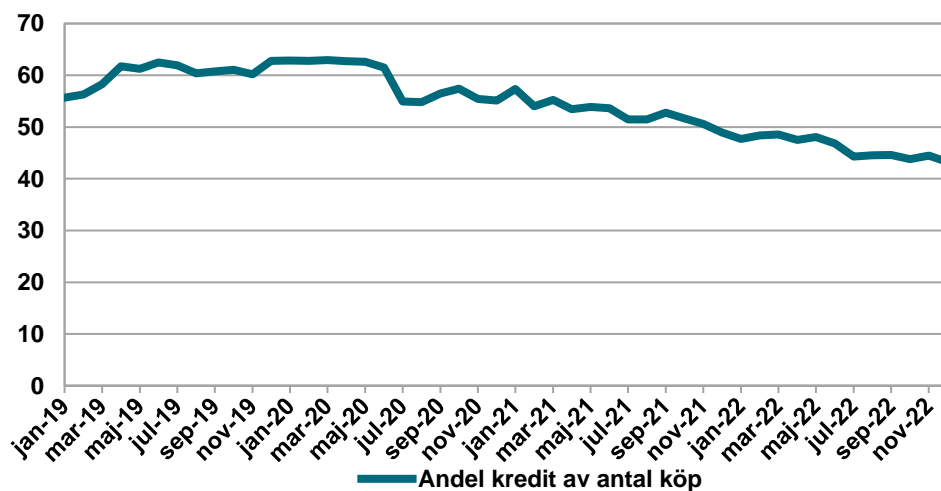
Källa: De fem största betaltjänstleverantörerna.

Anm: Medelvärde.

Betaltjänstleverantörerna har även bistått FI med statistik över kreditköp som andel av antalet köp. Den statistiken uppvisar samma mönster med en sjunkande trend sedan de nya bestämmelserna i LBT trädde i kraft. I december 2022 uppgick andelen kreditköp i snitt till 43 procent, vilket kan jämföras med 56 procent i januari 2019, 63 procent i januari 2020, 57 procent i januari 2021 och 48 procent under januari 2022.

## 2. Andelen kreditköp hos betaltjänstleverantörerna

Procent



Källa: De fem största betaltjänstleverantörerna.

Anm: Medelvärde.

## Uppfyller bestämmelserna sitt syfte?

Genom att införa nya bestämmelser om hur betalningssätt ska presenteras i kassalösningar syftar de nya bestämmelserna i LBT till att minska risken för oöverlagda krediter. De fem betaltjänstleverantörer som dominerar marknaden har uppgett för FI att de har ändrat ordningen på betalalternativen i sina helhetslösningar samt att de även, i de fall de inte själva kontrollerar kassalösningen, har informerat sina kunder om att kreditalternativ inte får visas först. Några betaltjänstleverantörer har nämnt att de genomför stickprovskontroller av hur e-handlarna placerar alternativen eller genomför uppstartsmöten där e-handlarna informeras om hur betalningssätten enligt lag måste placeras.

Statistiken visar att andelen kreditköp har minskat sedan bestämmelserna trädde i kraft, både som andel av volymen och i antal köp. Vidare har andelen kassalösningar där brister har identifierats minskat från 12 procent till fem. Det tyder på att medvetenheten hos betaltjänstleverantörerna om de kraven har ökat ytterligare. FI bedömer mot den bakgrunden att LBT:s krav på hur betalningssätt ska presenteras bidrar till minskade risker för att konsumenter tar krediter på ett oöverlagt sätt.

Mer kan dock göras för att uppnå syftet med bestämmelserna om marknadsföring av betaltjänster online. Det handlar delvis om att ytterligare insatser kan göras för att nå fram till utländska betaltjänstleverantörer med information om de regler som gäller i Sverige. Den senaste tiden har utländska betaltjänstleverantörer vuxit snabbt på den svenska marknaden, och de behöver vara informerade om bestämmelserna som gäller här.

Det största problemet med den nuvarande regleringen är dock enligt FI:s mening tillämpningsområdet för bestämmelserna om marknadsföring av betaltjänster online. FI noterade flera fall där kreditalternativ presenterades först men där det inte är en betaltjänstleverantör som erbjuder dessa krediter. Att som näringsidkare för egen räkning bevilja krediter till konsumenter för köpta varor och tjänster utgör inte en betaltjänst, och kraven i LBT är av det skälet inte tillämpliga.

En oklarhet i lagstiftningen är den närmare innebörden av begreppet "betalningssätt" som avgränsar tillämpningsområdet för 7 a kap. 1 § LBT. Konsumentombudsmannen driver ett mål mot ett e-handelsföretag där Konsumentombudsmannen gör gällande att bolaget är ansvarigt enligt reglerna i MFL om medverkansansvar för placering av betalningssätt i kassalösningen på bolagets hemsida. I bolagets kassalösning erbjuds konsumenten dels bolagets kreditalternativ, som inte utgör någon betaltjänst, dels betaltjänsten kortbetalning genom en betaltjänstleverantör. Konsumentombudsmannen gör i målet gällande att samtliga dessa alternativ för betalning är betalningssätt.

Patent- och marknadsdomstolen fann i målet att uttrycket "betalningssätt" i 7 a kap. 1 § LBT endast omfattar betaltjänster enligt definitionen i 1 kap. 2 § LBT.

Konsumentombudsmannen har överklagat domen till Patent- och marknadsöverdomstolen som har meddelat prövningstillstånd. Om det i en kommande dom från Patent- och marknadsöverdomstolen skulle konstateras att begreppet "betalnings-sätt" endast omfattar betaltjänster enligt LBT så skulle detta enligt FI:s mening undergräva det konsumentskyddande syftet med bestämmelserna i 7 a kap. LBT och FI:s tillsyn skulle försvåras.

En lösning som FI anser är väl värd att överväga är att flytta bestämmelserna om marknadsföring av betaltjänster online från LBT till konsumentkreditlagen. På så sätt skulle bestämmelserna även bli tillämpliga på e-handlare, och en e-handlare skulle kunna hållas ansvarig om en kredit placeras först i kassalösningen även när krediten inte tillhandahålls av en betaltjänstleverantör. Ett tillfälle att överväga en sådan lagändring är under den översyn av konsumentkreditlagen som inleds med anledning av det nyligen antagna konsumentkreditdirektivet<sup>6</sup>. Det kan noteras att det nya direktivet innehåller bestämmelser om att kreditalternativ inte ska vara förvalda som har ett sakligt samband med bestämmelserna i 7 a kap. LBT.

---

<sup>6</sup> Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2023/2225 av den 18 oktober 2023 om konsumentkreditavtal och om upphävande av direktiv 2008/48/EG.